

BOSS
直聘

看準科技有限公司

環境、社會及管治報告

2024

目錄

2	一、關於本報告	48	五、攜手員工成長
2	(一) 編製依據	49	(一) 保障員工權益
2	(二) 匯報原則	51	(二) 人才發展戰略
3	(三) 報告範圍	70	六、踐行綠色發展
3	(四) 獲取方式	71	(一) 加強環境管理
3	(五) 數據說明	80	(二) 應對氣候變化
4	二、關於我們	86	七、構建可持續供應鏈
4	(一) 公司概況	87	(一) 供應商準入與聘用
4	(二) 榮譽與認可	89	(二) 供應商評估與退出
5	(三) 2024年ESG亮點工作	90	(三) 租賃綠色數據中心
8	三、ESG管治	91	(四) 採購綠色電子設備
9	(一) 董事會聲明	92	八、傳遞社區關懷
9	(二) ESG策略	93	(一) 生態保護
11	(三) 利益相關方參與	95	(二) 成長守護
13	(四) 實質性議題分析	96	(三) 社區服務
14	四、優化產品與服務	96	(四) 救災行動
15	(一) 創新驅動發展	97	(五) 人文傳播
18	(二) 促進平等就業	98	(六) 人才扶持
22	(三) 助力中小企業發展	99	九、規範公司治理
23	(四) 嚴守產品質量	100	(一) 董事會組成
23	(五) 守護內容安全	100	(二) 踐行商業道德
27	(六) 網絡安全與隱私保護	104	十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引
39	(七) 完善用戶服務		
42	(八) 知識產權管理		
45	(九) 負責任營銷		

一、關於本報告

本報告由看準科技有限公司(KANZHUN LIMITED) (以下簡稱「看準」「我們」或「公司」) 發佈，旨在客觀、公允地反映2024年度公司在環境、社會及管治(ESG)領域的表現和舉措。有關管治部分的内容建議與公司2024年年報所載的《企業管治》一併閱讀。

(一) 編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司《主板上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》編製，同時參考納斯達克證券交易所發佈的《ESG報告指南2.0》(ESG Reporting Guide 2.0)、GRI可持續發展報告標準(GRI Standards)和聯合國可持續發展目標(UN SDGs)進行編寫，旨在系統地反映看準在各相關方面的表現，回應各利益相關方關注。

(二) 匯報原則

在本報告編製過程中，依據「重要性」「量化」「平衡」及「一致性」原則，以界定報告的内容及資訊的呈列方式：

1. 重要性

本報告已在編製過程中識別了主要利益相關方及其關注的ESG議題，並根據其關注議題的相對重要程度在本報告中進行回應，詳細內容請見報告「利益相關方參與」和「實質性議題分析」章節。

2. 量化

本報告採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標，有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及／或計算工具，以及使用的轉換系數來源，均已在相應位置進行了說明。

3. 平衡

本報告旨在透明、客觀地匯報公司正面和負面ESG信息和表現，包括優化產品與服務、攜手員工成長、踐行綠色發展、構建可持續供應鏈、傳遞社區關懷、規範公司治理六大方面。

4. 一致性

本報告所披露數據採取與往年一致的統計方法，個別變動之處已做出解釋說明以確保一致性原則。

一、關於本報告

(三) 報告範圍

本報告的披露範圍包括看準科技有限公司及其附屬公司在ESG方面的表現及管理舉措。除另有說明外，本報告的報告期間為2024年1月1日至2024年12月31日（「本年度」或「2024年」），為保持信息的持續性，報告中可能包括超出此時間範圍的事項。本報告使用的信息及數據來源包括公開數據、公司內部文件及統計報表、第三方問卷調查等。

(四) 獲取方式

本報告電子版可通過我們的投資者關係網站（<https://ir.zhipin.com/>）及聯交所官方網站（www.hkex.com.hk）查閱和下載。我們期待讀者的反饋，如果您有任何問題或意見，請通過ir@kanzhun.com聯繫我們。本報告以中英文兩種語言發佈，如文本間存在差異，以中文版為準。

(五) 數據說明

本報告中的財務數據以人民幣為統計單位。如本報告與公司年度財務報告中的財務數據存在差異，以後者為準。看準科技有限公司對報告內容享有最終解釋權。

二、關於我們

(一) 公司概况

看準科技有限公司成立於2014年，是中國領先的線上招聘平台，是「直聘模式」的開創者。公司於2021年在納斯達克上市，並於2022年在中國香港上市。我們積累了豐富的行業經驗，形成對市場、經營環境和客戶需求的獨特洞察，創新性地引入「直聘模式」，促進了Boss和求職者之間的即時直接聊天，為雙方提供精準的推薦。在強大的人工智能算法和大數據洞察的支持下，我們將對工作和用戶偏好的數據洞察轉化為更準確的人崗匹配結果以及更優質的用戶體驗。

我們主要通過具有互動性質的BOSS直聘移動應用程序網頁端和微信小程序，以高效、無縫的方式連接求職者與企業端用戶，創建了一個覆蓋各類求職者（白領、金領、藍領和大學生）以及來自不同規模及行業的企業端用戶（包括僱主和專業招聘者）的活躍平台。經過多年發展，BOSS直聘已成為目前國內平均月度活躍用戶數（「MAU」）最大的在線招聘平台。截至2024年12月31日止十二個月，BOSS直聘App端的平均MAU達53.0百萬，同比增長25.3%。

(二) 榮譽與認可

2024年1月	公司MSCI ESG評級連續提升至A。
2024年8月	公司標普CSA評級連續提升至52分，優於或等於約98%的同業公司。入選標普全球《可持續發展年鑒（國際版）2025》。
2024年9月	公司上榜2024北京民營企業百強榜單，榮獲「2024北京民營企業百強『1+4』榜單」主榜單17家企業之一。
2024年10月	公司在第一財經發起的「金字招牌」年度大調查中連續第三年位列所在品類第一。
2024年11月	公司榮獲證券之星「2024年資本力量年度評選」行業影響力獎。
2024年11月	公司榮獲財聯社「2024年度財聯社致遠獎」社會責任(S)先鋒企業獎。
2024年12月	公司上榜每日經濟新聞第十四屆中國上市公司口碑榜，獲評「2024上市公司口碑獎」。
2024年12月	公司上榜中國網「2024年科技企業先鋒榜」年度先鋒企業。
2024年12月	公司在2024第十七屆時代營銷盛典中，榮獲年度時代先鋒品牌獎。
2025年1月	公司上榜「2024國潮品牌」榮獲中堅力量百強榜。
2025年1月	公司獲評2024年銀柿獎「價值公司」。
2025年1月	公司上榜2025節點增長大會「年度系列榜單」，獲「2024年度公益企業」獎。

二、關於我們

(三) 2024年ESG亮點工作

1. 優化產品與服務

- 公司運營的BOSS直聘app的2024年全年平均月度活躍用戶(MAU)達53.0百萬，同比增長25.3%，平臺平均每月平台共發生60億句聊天。
- 公司研發投入逾18億元人民幣，同比增長近17.6%；公司研發員工1,331，佔比23.4%。
- 公司自主研發的人工智能大語言模型「南北閣」成功通過國家《生成式人工智能服務管理暫行辦法》備案，成為國內招聘行業首個合規落地的「AI」大模型。
- BOSS直聘聯合信通院等單位深度參與了國內大模型標準體系的研究制定工作，牽頭編寫了國內首個招聘行業大規模預訓練模型標準。
- 公司已累計為113.7萬名殘疾人提供求職服務，舉辦「螢火助殘」直播帶崗超100場。
- 公司完成中國網絡安全審查技術與認證中心(CCRC)「個人信息保護認證」及中國信息通信研究院泰爾認證中心「數據安全管理能力認證」的年度更新工作。
- 公司參與由中國網絡安全產業聯盟(CCIA)主辦的數據安全和個人信息保護社會責任指南試點及數據接口風險監測(DiRM)專題試點工作，並獲評數據安全和個人信息保護社會責任二星級標識，數據接口風險監測一星級標識。
- 公司在用戶產品類問題的處理上進行了深入探索與創新，通過探索「AI輔助+部門並行協作」的處理模式，我們能夠提前定位95%左右的用戶問題，並提供前置性解決方案，研發類問題處理速度提高約75%。
- 公司客服團隊在用戶量增長的情況下穩定保持2小時內響應用戶投訴，1個工作日內處理完結。2024年，用戶服務滿意度為96.18%。
- 公司累計持有境內外註冊商標1,149件，持有專利351項(含發明專利及外觀設計專利)，完成著作權登記251項，其中軟件著作權共計201項。

二、關於我們

2. 攜手員工成長

- 全職女性員工佔比48.27%，管理層女性佔比達41.66%。
- 正式員工五險一金及商業醫療保險覆蓋率100%。
- 員工培訓率達100%，人均培訓時長達45.90小時。
- 員工績效考核覆蓋率100%。

3. 踐行綠色發展

- 北京華品博睿網絡技術有限公司再次通過ISO 14001環境管理體系認證。
- 2024年，平台上完成了18.5億次簡歷的交換，變相減少了紙質簡歷投遞，節約紙張。
- 公司北京辦公樓的自建衛生間、茶水間全部使用節水型水龍頭。
- 所有運營地辦公樓所產生的有害廢棄物將100%交由有資質的回收商進行回收。

4. 構建可持續供應鏈

- 正式上線供應商管理系統，實現了供應商管理的全流程優化。
- 供應商管理系統特別強調了ESG原則的貫徹落實，包括：嚴禁使用童工及強迫勞動；積極保障職業健康和 safety；在環境保護方面採取有效措施；加強信息安全與隱私保護；遵循商業道德及制裁管理等。
- 公司合作的供應商近100%完成了《廉潔協議》的簽署。
- 公司北京辦公室具有綠色標識的供應商佔全部供應商的70%以上。

二、關於我們

- 公司租賃的已投入運營的數據中心年均PUE均在1.27以下。
- 我們租賃的數據中心均通過了ISO 50001能源管理體系認證。
- 公司100%採購具有節能環保資質認證的網絡設備與服務器。

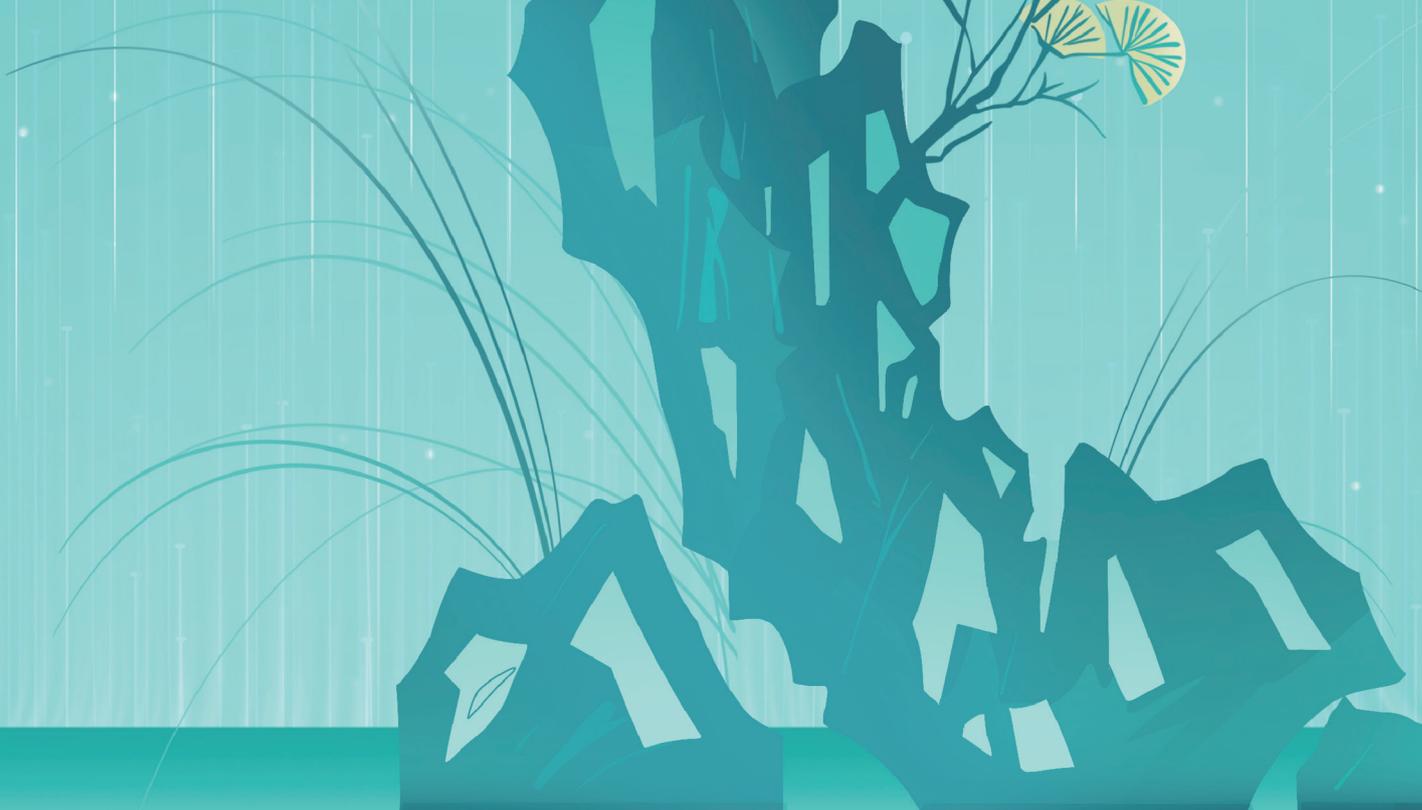
5. 傳遞社區關懷

- 我們主要在生態保護、員工公益、社區服務、救災行動四方面開展公益活動，公益捐贈總額達2.5百萬元人民幣。
- 全年生態保護公益活動累計獲得2.6億次話題閱讀量，互動量超570萬次，公益主題短片線上播放量突破530萬次。
- 公司開展「志在萬里——青少年公益職業體驗營」活動，投入153萬元資助來自山西、寧夏4縣7所鄉鎮或縣城中學的180名師生，前往上海開展為期10天的職業體驗之旅。
- 聯合發起「關愛長者——『如意里』家門口的服務站」公益項目，為高齡、獨居、失能等特殊困難老人提供基礎保障服務，項目累計惠及公司運營地周邊3個社區，覆蓋超1,000人。

6. 規範公司治理

- 現任9名董事會成員中包含2位女性董事，女性董事佔比達22.2%。
- 董事會成員擁有法律、電子工程、經濟等不同的教育背景，具備互聯網、人力資源服務、資本市場等豐富的行業經驗。
- 面向全體員工（包含正式員工、兼職員工）開展反賄賂和反腐敗培訓。
- 面向全體董事開展商業道德培訓。

ESG管治



三、ESG管治

(一) 董事會聲明

公司高度重視ESG管理，積極踐行可持續發展理念。公司董事會是ESG管治的最高決策機構，負責把控公司ESG策略方向。董事會審計委員會監督公司ESG相關工作並定期向董事會進行匯報，以確保ESG工作更好地落地執行。在具體實施層面，我們建立了跨部門的ESG工作小組，在公司內部合作制定ESG行動計劃，並支持公司各職能部門推進並落實ESG相關工作。公司各職能部門的具體ESG相關工作進展需向ESG工作小組匯報。

我們重視ESG相關風險對公司的潛在影響，結合內外部經營環境、國家及行業政策趨勢變化，對利益相關方關注的ESG議題進行重要性評估。我們通過問卷調研、定期會議等渠道與利益相關方深入溝通，了解並積極回應各利益相關方關注。董事會亦參與ESG實質性議題評估、優次排列和管理。我們全面識別了公司運營過程中的重大ESG風險並制定相關管理政策，包含信息安全與隱私保護、客戶服務、員工培訓與發展等相關內容。具體評估過程和結果在ESG報告「利益相關方參與」及「實質性議題分析」小節詳述並由董事會審閱。

董事會持續監控ESG風險管理政策的執行情況，確保公司內部控制體系能夠有效識別、管理並制定相關應對措施以緩解業務運營所涉及的ESG風險。我們亦要求相關部門在運營管理中落實ESG風險應對措施。本年度，公司設立了包含節能減排、節水、減廢等與業務運營相關聯的環境目標，以管理公司業務對環境的影響，並將ESG理念與管理策略融入相關運營層面。董事會就該等目標的設立進行了審閱及討論，並對環境目標的進展情況進行定期檢討，持續推進ESG管理提升。

本報告亦詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於二零二五年四月十日審閱批准。

(二) ESG策略

我們將優化產品與服務、攜手員工成長、踐行綠色發展、構建可持續供應鏈、傳遞社區關懷、規範公司治理作為ESG策略的六大支柱，並貫徹於企業的經營管理，持續推動公司高質量發展。董事會對ESG策略進行定期審閱，以確保與公司發展策略保持一致。

聯合國可持續發展目標(UN SDGs)旨在指引全球各國解決社會、經濟和環境三大領域的發展問題，並鼓勵社會各界積極貢獻自身力量實現可持續發展。我們基於公司業務特點識別了相關的UN SDGs優先事項，並將其與本公司ESG理念融合，以指導ESG工作的開展。

三、ESG管治

六大支柱	ESG策略內容	UN SDGs
<p>優化產品與服務</p>	<p>我們始終堅守「用科技的力量重新定義人才發展，致力於讓用戶滿意，給予用戶充分的公平、豐富的選擇權和更高的效率」的公司願景，秉持「用戶為本」的核心原則，持續打造以科技為驅動的在線招聘平台，深耕科技創新。我們通過強化深度學習和推薦算法的研發創新，為有不同求職需求的用戶提供更加精準、專業的招聘解決方案。同時，我們嚴格把控產品質量，加強內容治理，確保用戶在招聘的全過程中享受到高效、便捷、易用的服務體驗。</p>	 
<p>攜手員工成長</p>	<p>公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國就業促進法》《中華人民共和國社會保險法》以及運營所在地關於員工僱傭的法律法規，切實維護員工權益。我們持續完善內部管理制度，明確員工招聘、晉升、績效考核等各個環節的標準與流程。我們致力於優化人才吸引與留任機制，健全員工培訓體系，關注員工身心健康，為員工提供公平、廣闊且包容的職業發展空間，與員工攜手共進，共謀長遠發展。</p>	  
<p>踐行綠色發展</p>	<p>我們積極響應國家碳達峰碳中和目標，將應對氣候變化和踐行綠色發展理念深植於日常業務運營之中，致力於在減少自身碳排放的同時，為用戶提供綠色低碳產品和服務，助力用戶降低碳排放，共同推動社會實現可持續發展。</p>	  

三、ESG管治

六大支柱	ESG策略內容	UN SDGs
構建可持續供應鏈	公司堅守綠色環保理念，奉行「服務至誠、精益求精、節能降耗、防污減排、消除隱患、保障健康」的供應商管理方針，在供應商準入、聘用、評估、維護至退出的全流程中，對供應商的環境與社會風險進行識別與評估。我們優先選擇環保、綠色的產品及服務，與合作夥伴攜手探索環境友好的商業模式，共同構建負責任、可持續的供應鏈體系。	
傳遞社區關懷	我們深知企業社會責任的重要性，將「以科技和公益的力量，服務於人的發展」的社會責任理念融入公司發展戰略，促進產業優勢與社區公益相融合。公司已建立覆蓋管理架構、項目開發和策略設計、目標和過程管理、新聞發佈、項目結果評估在內的全流程工作體系。本年度，我們主要在生態保護、青少年成長、社區服務、災害援助、人文傳播、人才扶持六方面開展公益活動，並進行公益捐贈。	  
規範公司治理	公司嚴格遵守運營所在地的法律法規及上市規則，持續優化治理體系，形成權責分明、組織嚴謹的公司治理機制，致力於以高標準的公司治理引領企業誠信守法、合規經營，有效管理風險，推動公司實現高質量、可持續發展目標，以優異的業績回報社會和廣大股東。	

(三) 利益相關方參與

根據公司業務特點、行業動態、企業發展情況，我們識別出包括用戶、員工、股東與投資者、政府與監管機構、社區、非政府組織與媒體、供應商在內的多個利益相關方。我們密切關注利益相關方訴求，通過多種渠道深入了解各利益相關方對公司的期望。我們尊重、聽取他們的意見，並做出回應與改善。

三、ESG管治

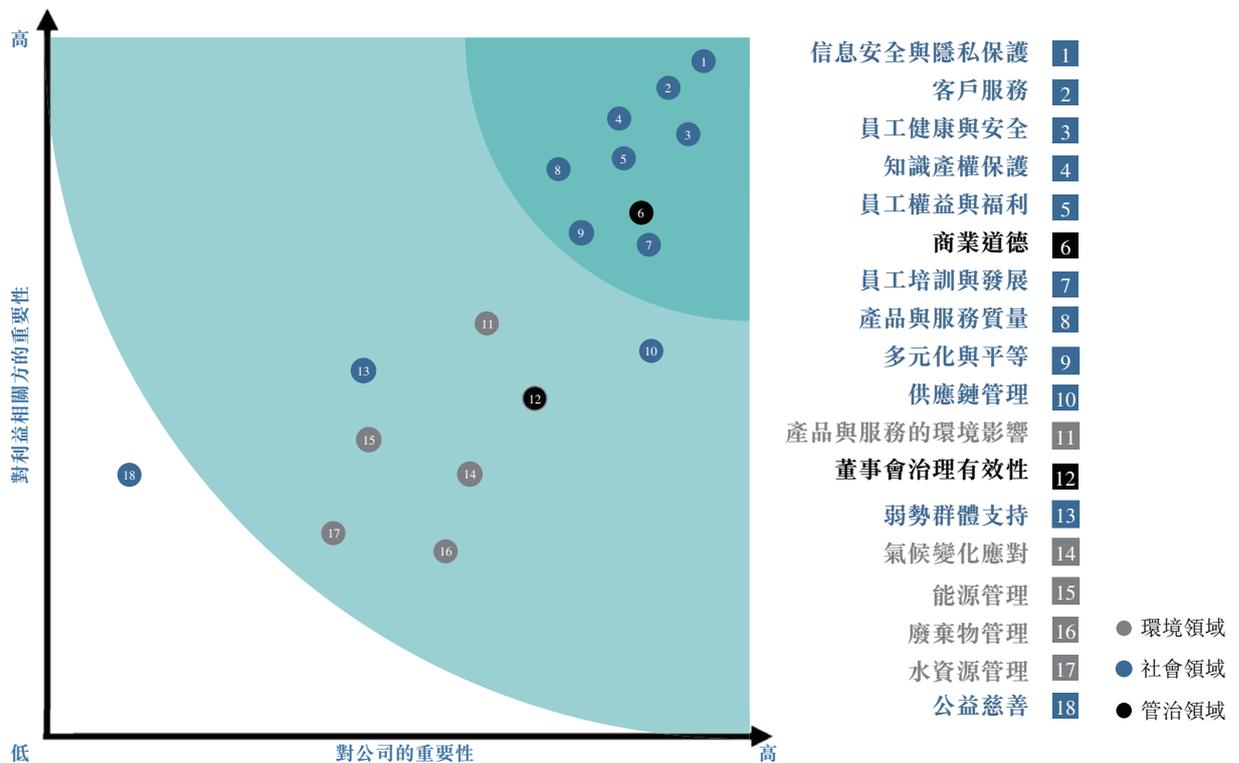
利益相關方	主要期望與需求	主要溝通渠道與響應方式
用戶 • 求職者 • 企業端用戶	高效的招聘與求職服務 招聘與求職網絡拓展 提升用戶體驗 數據和隱私保護 安全的求職平台 合理的服務費用	用戶服務熱線 應用程序 電子郵件 銷售團隊 社交媒體 用戶調查
員工	員工權益保護 員工薪酬與福利 員工發展與培訓 員工健康和 safety	內部溝通平台 員工熱線 電子郵件 員工會議 員工調查 員工培訓
股東與投資者	投資回報 商業策略 信息透明度 合規運營	股東大會 定期報告及公告 電子郵件和會議 路演
政府與監管機構	業務合規 數據和隱私保護 商業道德 帶動就業 促進經濟發展	信息披露 政策諮詢 監督和檢查 文件報送
社區	公益活動 志願服務活動	社交媒體 社區活動
非政府組織與媒體	企業社會責任 合作與發展	社交媒體 行業活動 新聞發佈會 訪談
供應商	公平合作 商業道德 互利共贏	商務洽談 供應商評估 現場考察

三、ESG管治

(四) 實質性議題分析

為了解並回應利益相關方期望與訴求，同時明確ESG實踐及信息披露重點，公司邀請內外部利益相關方參與識別ESG議題並進行實質性評估。

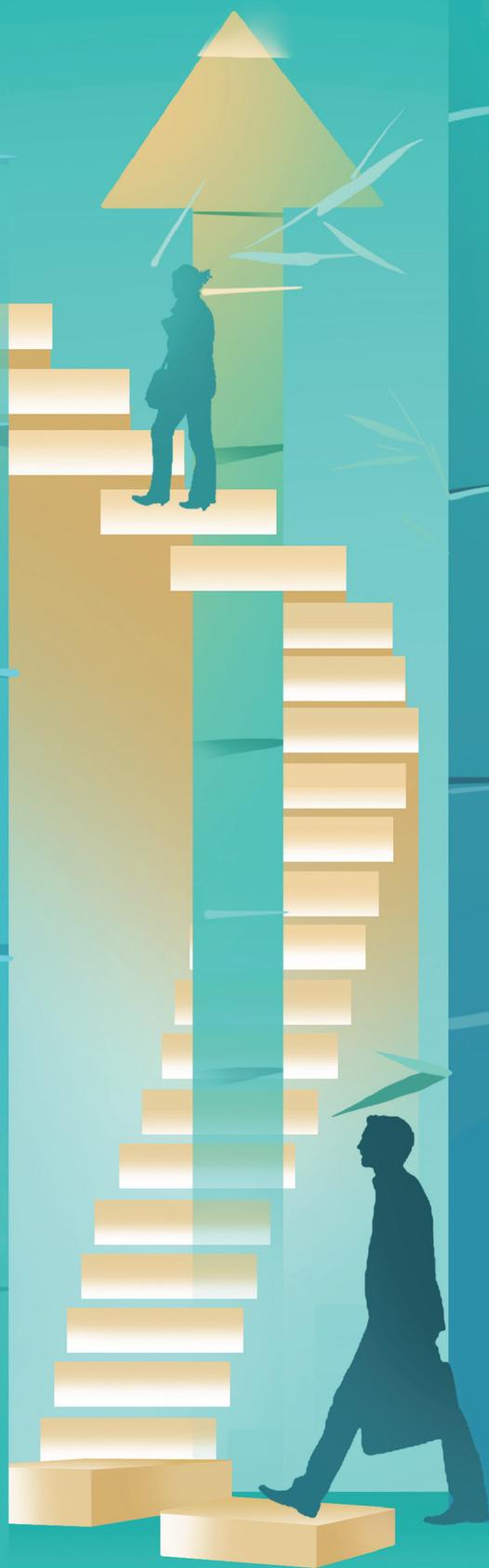
我們根據公司戰略重點、行業特點、交易所要求，識別出18個關鍵議題。通過與主要利益相關方進行交流、訪談和調查，我們進一步對關鍵議題的實質性進行排序，評估出極其重要議題9個、非常重要議題8個、一般重要議題1個。實質性評估結果如下：



看準2024年ESG實質性議題矩陣

極其重要議題	非常重要議題	一般重要議題
<ul style="list-style-type: none"> 信息安全與隱私保護 客戶服務 員工健康與安全 知識產權保護 員工權益與福利 商業道德 員工培訓與發展 產品與服務質量 多元化與平等 	<ul style="list-style-type: none"> 供應鏈管理 產品與服務的環境影響 董事會治理有效性 弱勢群體支持 氣候變化應對 能源管理 廢棄物管理 水資源管理 	<ul style="list-style-type: none"> 公益慈善

優化產品與服務



四、優化產品與服務

我們始終堅守「用科技的力量重新定義人才發展，致力於讓用戶滿意，給予用戶充分的公平、豐富的選擇權和更高的效率」的公司願景，秉持「用戶為本」的核心原則，持續打造以科技為驅動的在線招聘平台，深耕科技創新。我們通過強化深度學習和推薦算法的研發創新，為有不同求職需求的用戶提供更加精準、專業的招聘解決方案。同時，我們嚴格把控產品質量，加強內容治理，確保用戶在招聘的全過程中享受到高效、便捷、易用的服務體驗。

（一）創新驅動發展

科技創新是企業實現高質量可持續發展的關鍵驅動力。2024年，我們持續加大資源投入力度，不斷對產品及算法進行更新迭代，以滿足用戶多元化的需求。本年度，公司研發投入逾18億元人民幣，同比增長近17.6%；公司研發員工1,331人，佔比23.4%。

我們堅持打造以科技為導向的在線招聘平台，用創新力量助力人才更好地發展。

創新保障體系。我們深信創造的本質源於隨機碰撞與靈感迸發的過程，如同布朗運動般充滿未知與可能。我們鼓勵員工開展各項創新研發工作，對因職務發明及獲得專利權的發明人、設計人給予獎金和報酬，並享有專利署名權。同時，我們構建了更符合技術類員工職能的評審、晉升機制，進一步吸引具備關鍵技術能力和專業知識的人才，持續推動公司技術創新能力的迭代升級與數據分析效能的深度優化。我們還在公司內部工作學習平台上線多種技術課程，激發全員的創新活力與探索熱情。

創新人才培養。我們深知人才是推動社會進步和經濟發展的根本動力，特別是在知識經濟和創新驅動發展的背景下，創新型人才培養不僅是企業實現長遠發展的核心要素，更是推動行業技術革新、增進社會整體福祉的關鍵力量。在國家深化產學研融合、加速科技成果轉化賦能實體經濟、推動創新鏈產業鏈人才鏈深度融合的政策導向下，我們積極與各大高校攜手合作，在人才培養、產學研等方面開展交流實踐。2024年6月，我們走進北京航空航天大學《數據挖掘》課堂，分享大模型前沿技術和應用，系統介紹自主研發的「南北閣」模型，並圍繞新一代人工智能賦能下的職業科學研究展開探討。

四、優化產品與服務



《數據挖掘》課堂合影

創新成果普惠。創新成果的廣泛應用是激活社會潛能、推動共享繁榮的核心引擎。我們持續挖掘人工智能在體驗升級領域的創新應用，構建更具包容性與公平性的發展生態，使科技創新成果更廣泛惠及社會大眾。

- **引領招聘行業智能化發展：**2024年，我們聚焦平台核心算法升級與效能優化，自主研发的人工智能大語言模型「南北閣」成功通過國家《生成式人工智能服務管理暫行辦法》備案，深度應用於BOSS直聘平台內智能交互、文本生成等相關場景，成為國內招聘行業首個合規落地的「AI」大模型。此外，我們在平台用戶使用過程中充分融入AI技術，以提供個性化服務及建議、精準內容推薦，並提高服務效率。

本年度，BOSS直聘還聯合信通院等單位深度參與了國內大模型標準體系的研究制定工作，牽頭編寫了國內首個招聘行業大規模預訓練模型標準。

AI服务春季“上新”

搜索过程中获得DeepSeek结合
求职招聘大数据的求职建议

在有了社区体验满血DeepSeek
职场问答

在数字人陪同下做面试练习

*AI相关功能正在灰度测试中，部分用户可以访问，后续将逐步开放

BOSS直聘平台AI服務春季「上新」

四、優化產品與服務

- **賦能考生專業決策：**2024年，BOSS直聘上線「啟程」小程序，基於薪資、職業穩定性、晉升可能性和工作滿意度等多維度職業成功評估模型，構建全職業動態評分體系與智能解讀系統。小程序建立「職業成功」評價體系，通過海量就業數據，建立職業和專業之間的關係，為考生推薦與心儀職業相契合的專業方向。考生可結合自身興趣、能力，並參考職業未來發展前景，做出更合理的專業選擇；同時，也可以借助「啟程」提供的定制化職業發展建議，包括推薦的入門職位、職業路徑規劃等，進行科學的職業選擇和規劃。

我們認為，創新保障體系、創新人才培養和創新成果普惠三者相互依存、相輔相成，共同構築了一個完整的創新生態系統：創新保障體系是創新生態的基石，它為創新活動提供了必要的條件和環境。創新人才是推動社會進步和經濟發展的核心資源，他們承載着創新的思想與實踐，是創新活動的主體。當這二者相互促進、共同作用時，最終將孕育各項創新成果的誕生。而創新成果的普惠性，則確保了創新不僅局限於實驗室或理論探討，而是被廣泛應用於實際生產和生活中，為社會帶來實際的利益，提高人們的生活質量，推動社會向更美好的未來發展。



BOSS直聘「啟程」小程序

四、優化產品與服務

(二) 促進平等就業

就業是民生之本。「十四五」期間，人力資源和社會保障部門加強對殘障人士等困難就業群體的幫扶工作，完善重點就業群體的就業支持政策。作為國內權威的招聘平台，我們相信連接創造價值，力求借助雙邊市場效應，為不同用戶群提供無差別的真實服務，創造平等、包容、高質量的就業機會，助力共同富裕。

- **推動殘障人士就業：**針對殘疾人在求職過程中面臨的崗位少、渠道少、信息不對稱等問題，公司在BOSS直聘App、網頁端和小程序中均開設殘疾人友好專區。在該專區內，平台職位篩選維度除按城市、障礙類型、學歷、薪資、經驗等條件劃分外，還特意劃分出20個新興行業專區，努力打造一個公平的就業環境。此外，我們還採取下述技術革新為殘障人士帶來更友好的求職體驗：
 - 依托平台智能匹配等核心技術，建立完善的殘障人士簡歷信息識別和崗位匹配體系，實現雙向精準推薦，讓殘障人士更容易被看見。
 - 我們積極引導並鼓勵企業發佈殘疾人友好職位，並在職位詳情頁上標注該職位是否支持殘疾人溝通，同時提示企業完善無障礙設施，力求為求職者創造無障礙的求職環境。
 - 優化殘障人士無障礙求職功能，在其填寫簡歷、線上溝通、視頻面試等方面給予智能語音提醒等幫助。
 - 建立殘障人士線上求職互助社區社群，定期推送求職技巧，賦能殘障求職者。



BOSS直聘平台無障礙專區

四、優化產品與服務

自2022年4月起，公司與中國殘聯就業指導中心共同啟動「殘疾人無障礙求職助力服務計劃」，並持續開展「螢火助殘」公益直播帶崗活動為殘疾人提供就業支持。同時，我們推出了一系列無障礙化功能和算法優化，助力殘疾人更順暢地求職。本年度，雙方再度合作，舉辦了「螢火助殘」之「凝心聚力促就業，暖冬職來惠民生」2024年全國助殘就業網絡招聘活動。此次活動吸引了97家企業參與，提供了遍佈全國40個城市的上百個就業崗位。截至2024年12月，公司已累計為113.7萬名殘疾人提供求職服務，舉辦「螢火助殘」直播帶崗超100場。



「螢火助殘」專場活動

- **助力藍領群體求職：**藍領群體是中國經濟最堅硬的基石，也是實現高質量發展不可或缺的力量。作為我國用工的最主要組成部分，藍領群體過往的求職方式多以「線下中介」模式進行，隱瞞工種風險、不繳納社保等不合規安全問題頻發，且長期存在人崗匹配精準度較低、服務收費標準不清晰等問題。此外，基於教育背景、工作性質等複雜因素，藍領求職者往往對傳統的「簡歷投遞－企業篩選－線下面試」在線招聘模式感到陌生，魚龍混雜的網絡求職公司也讓其難辨真假。

本年度，我們全方位優化藍領人群的招聘體驗，通過提升平台的真實性、針對性、便捷性和創新性，為藍領求職者和僱主打造一個高效、可靠、互動性強的招聘生態系統：

- **真實性：**對於部分發佈藍領職位的企業和中介，企業均需通過平台審核等團隊對其營業信息的3輪深度核查，以確保其信息真實性。崗位發佈後，我們還會對崗位薪資、福利情況等90多個細節項進行二次核對，確保信息真實可靠，保障求職者權益。

四、優化產品與服務

- 針對性：我們為藍領求職者提供多重求職標籤選擇，方便其梳理、框選自己對工作環境、薪酬結算、保險等7大方向的偏好。求職者只需要選中相應標籤，平台就會按需推送與之匹配的招聘信息，減少求職者篩選信息的時間成本。
- 便捷性：我們推出「一鍵換城」選項，藍領求職者不必修改個人信息即可查看不同城市的招聘資訊，提升求職效率與操作的便捷度。此外，平台還為藍領用戶簡化註冊認證流程，通過視頻、圖片等可視化形式優化崗位推薦，提升用戶求職收穫。
- 創新性：為解決藍領求職者面臨的從外界獲取招聘信息渠道少、部分求職者甚至沒有簡歷等難題，我們通過「智能匹配+直聊」模式，在精準進行人崗匹配的同時，弱化簡歷作用，藍領求職者只需簡單填寫信息資料即可通過「直聊」模式與招聘者溝通，削減傳統招聘流程中的冗長環節，用更為直觀、簡單和可靠的方式幫助藍領群體就業，提升藍領群體求職效率。

此外，我們也進一步為藍領用戶提供從崗位匹配到入職保障的全鏈條服務，確保招聘過程有保障，讓藍領群體求職更放心。

- **支持青年群體就業**：為助力應屆畢業生破解就業擇業難題，更好地從校園走向職場，我們緊密圍繞青年群體的個性化求職需求，推出一系列針對性的就業服務和指導。

本年度，我們持續聯合教育部、人社部、全國婦聯、中國殘聯、央視等國家部委、群團組織和權威媒體，多次發起大學生就業服務公益活動：

- **「Citywork·城市打工人指南」應屆生直播招聘活動**：2024年春招季期間，BOSS直聘求職直播欄目「BOSS直聘好OFFER周四薦」推出「Citywork·城市打工人指南」系列直播招聘活動，設北京、上海、廣州、深圳4個專場，為應屆生提供四地優質崗位。活動累計吸引1,929家企業、2萬餘名應屆生參與，覆蓋3,184個招聘崗位。
- **「昂揚秋招季」校招直播帶崗活動**：2024年秋招季期間，BOSS直聘推出「昂揚秋招季」校招直播帶崗活動。活動期間每日更新校招職位信息，提供日程規劃建議，並舉辦京津冀、江浙滬等多區域及互聯

四、優化產品與服務

網、新能源等多領域直播專場，特設國企、外企等近300個校招專區。活動累計開展超300場就業輔導直播，觀看總量273.2萬人次，吸引1.6萬家企業、13.71萬名學生參與，涉及2.7萬個職位，收穫35.61萬份簡歷投遞。此外，平台新增「職業自我探索」板塊，助力畢業生精準匹配職位。



「昂揚秋招季」校招直播帶崗活動

- 大學生「0經驗實習專場」：從2024年9月起，BOSS直聘平台開設「0經驗實習專場」，為應屆生及在校生提供實習崗位，破解大學生「零經驗求職難」困境。截至2025年2月底，該專場完成人崗匹配4.04萬次，促成雙向溝通2.78萬人次。此外，平台還設立京津冀、江浙滬等五大實習專場，提供超30萬個實習崗位，累計3.7萬人在專場內發起交流。
- 「職引未來」畢業生聯合招聘活動：2025年3月，BOSS直聘聯合人力資源社會保障部開展「職引未來」高校畢業生城市聯合招聘活動。此次活動面向重點行業、領域，圍繞服務國家區域發展戰略，在高校畢業生較為集中的地區，舉辦區域性青年人才交流活動，貫通產業與人才供需匹配橋樑。



「職引未來」畢業生聯合招聘活動

四、優化產品與服務

- **助力重點產業人才發展：**2024年，我們深度參與人社部「百日千萬招聘專項行動」「大中城市聯合招聘高校畢業生春季專場活動」「大中城市聯合招聘高校畢業生秋季專場活動」「全國人力資源市場高校畢業生就業服務專項行動」等活動，圍繞互聯網、汽車等重點行業開展多場線上招聘及直播帶崗，發動1.6萬家企業提供4.6萬個崗位。我們還參與教育部「24365」等校園就業服務活動，組織9個行業線上專場，發動1.3萬家企業提供4萬個崗位，助力重點產業人才發展。
- **「智匯首都·職通網安」北京網絡安全行業專場招聘會：**2024年國家網絡安全宣傳周期間，我們在北京市網信辦等部門指導下，連續第二年舉辦「智匯首都·職通網安」網絡安全行業網絡招聘會。通過BOSS直聘官網及App專區，上線2,000家首都企業的9,000餘個網絡安全職位，為3萬餘名人才搭建求職平台，助力首都網絡安全產業與人才發展。



網絡安全行業專場招聘會

- **人工智能行業專場招聘活動：**2025年初，我們參與人社部「全國城市聯合招聘高校畢業生春季專場活動」，聚焦人工智能、智能駕駛、半導體等行業，在BOSS直聘平台持續開展專場招聘活動。

（三）助力中小企業發展

中小企業是推動創新、促進就業、改善民生的重要力量。「『十四五』促進中小企業發展規劃」中明確提出，「中小企業是國民經濟和社會發展的生力軍，是建設現代化經濟體系、推動經濟實現高質量發展的重要基

四、優化產品與服務

礎，是擴大就業、改善民生的重要支撐」。公司積極響應國家有關促進中小企業高質量發展的政策，充分考慮中小企業在招聘過程中所面臨的「招不到」「留不住」等難題，在推薦算法和行業研究團隊的支持下，利用雙向推薦、直接聊天、交換意向簡歷等創新方式和工具，積極推動中小企業的數字化招聘，助力中小企業穩崗拓崗。

我們持續發揮產品「智能匹配+直聊」的技術優勢，豐富就業形態、降低就業門檻、創造就業機會，幫助中小企業共享數字經濟發展紅利。

（四）嚴守產品質量

我們高度重視產品體驗，持續迭代、升級和優化產品功能。公司積極落實《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》，制定了《看準集團系統變更管理辦法》等一系列制度，明確所有產品在上線前均需通過嚴格的質量控制流程，包括需求評審、功能測試、上線前審批以及上線後的回測等環節。流程協調由變更需求方、評審方、審批方、實驗方和驗證方組成的工作小組共同完成工作，保障產品與服務符合最新法律法規要求的同時滿足用戶需求。

此外，公司還建立了《看準集團業務連續性管理辦法》，制定業務運行監控策略，日常監測業務系統的物理環境、運行狀態和安全性，並建立告警機制，以便及時發現並處理系統異常情況。一旦發現系統運行異常，相關部門將迅速採取措施，保證用戶能夠連續、穩定地使用產品、獲取服務。

（五）守護內容安全

公司將「內容安全是不可觸碰的紅線」作為核心原則，根據國家法律法規及相關規範性文件，結合招聘求職平台的產品特徵，制定並公開發佈《招聘行為管理規範》，明確禁止企業端用戶發佈包含尋求合作類、營銷類以及任何非招聘目的的引流信息及廣告，並加強風險審核，開展專項治理工作，優化平台求職環境。

1. 強化風險審核

本年度，我們在人群定向保護、優化認證審核系統及運營人員合規培訓等方面，構建了「預防－攔截－處罰－教育」的全鏈條「防護網」，減少虛假信息，幫助求職者避開風險職位。

① 構建差異化審核機制

針對企業端用戶和求職者雙方的產品使用場景，如職位發佈、實時交流、在線應聘及模擬面試等，我們推出了「平台用戶安全保護」計劃。該計劃包含一套嚴密的內容審核流程，旨在保障企業端用戶信息、職位詳情和求職者意向的真實性。

四、優化產品與服務

用戶類別	企業端用戶			求職者
	首次註冊的企業	發佈招聘信息的企業	出現不當行為的企業	
線上	<ul style="list-style-type: none"> 要求其上傳企業營業執照和在職證明，包括企業郵箱、營業地址等，嚴格驗證企業與企業端用戶的關係。 基於風險預判機制，定制企業端用戶的註冊政策，對用戶投訴數量或不正當行為發生次數較高的企業增加額外驗證，如要求其提供行業服務許可證、辦公環境視頻等額外數據，或要求其與公司線下風險評估團隊當面會談。 對於未通過驗證的企業，我們選持續監測其動態，以防止潛在不正當行為的發生。 	<ul style="list-style-type: none"> 利用先進的特徵工程、機器學習和決策引擎處理用戶數據，建立算法驅動的風險評估模型，識別並持續跟蹤高風險職位及招聘者。 追蹤虛假廣告、傳銷和勒索私人信息等高风险行為，並將求職者投訴納入風險評估流程。 	<ul style="list-style-type: none"> 立即採取如封禁、屏蔽用戶賬號、要求企業提供補充驗證材料、禁止求職者訪問該企業信息等措施。 對於涉嫌嚴重不正當行為或犯罪活動的企業端用戶，我們將向當地公安部門報案，以作進一步調查。 	<ul style="list-style-type: none"> 在使用平台前需要完成移動電話驗證流程，即使用手機號碼註冊並通過驗證碼驗證。 智能系統將監測並發現可能有損平台誠信的可疑用戶，並要求該類用戶通過額外的身份驗證程序。例如，當求職者提供的移動電話號碼為黑名單號碼，或在自我描述中使用不正當用語時，公司欺詐預防系統均會檢測並提示風險。
	<p>安全風險 防控</p>	<ul style="list-style-type: none"> 對於未通過驗證的企業，我們選持續監測其動態，以防止潛在不正當行為的發生。 		
線下	<p>組建專門的線下風險評估團隊，實地訪問招聘者，確保招聘企業及其發佈職位信息的真實可靠。</p>			

BOSS直聘「平台用戶安全保護」計劃

四、優化產品與服務

針對藍領、學生等不同求職群體，我們分別配備專門的治理團隊，制定針對性保護機制。

群體	保護機制
藍領群體	<ul style="list-style-type: none"> 虛假信息治理專項行動：我們公開《防騙指南》，針對「套路貸」等問題從嚴打擊，發起多次虛假信息治理專項行動，並對違規行為實施梯度治理措施，將每日打擊賬號數在「規則中心」公示； 規範招聘信息發佈內容：強制要求銷售等薪資構成複雜的職位必須填寫底薪並展示在職位卡片中，同時鼓勵招聘者上傳工作環境視頻、照片，通過結構化信息呈現，提升職位可信度。
學生群體	<ul style="list-style-type: none"> 大學生保護計劃：BOSS直聘自2021年推出「大學生保護計劃」後，持續將該計劃沿用至今，在常規的日常巡查、攔截風險職位外，為大學生再加一道「防護網」。 問題優先處理：在春招等求職旺季，保證學生反饋的風險問題在30分鐘內得到響應。

② 優化內容審核系統

面向企業端招聘者，我們通過AI技術和專業人工審核，對企業端用戶發佈的文本、圖片、視頻等內容實行全面監測，杜絕違法、政治敏感及侵犯他人權益的內容出現，確保平台信息的合法性、真實性和準確性。對於檢測出的違規內容，我們將立即啟動審核報告機制，對其進行屏蔽或刪除，確保平台內容的合規性與安全性。此外，BOSS直聘在守好企業招聘者準入關的基礎上，優化招聘者的職位發佈體驗，讓正規職位更早、更快與求職者見面。在資質認證審核方面，我們持續擴大智能審核的應用範圍，通過優化迭代圖像算法，使得企業營業執照機審準確率已趨近於100%；在辦公環境認證審核方面，企業招聘者無需通過人工連線即可自助拍攝辦公環境的VR視頻，提升審核效率。

面向求職者，公司安全團隊持續通過技術、產品功能等方面的迭代，提升求職安全的保障水平。我們持續提高求職者與產品交互過程中的體驗，例如支持求職者以語音的方式闡述事情經過、反映違規行為，降低用戶反饋問題的成本。

③ 開展內容安全培訓

為維護平台對招聘企業崗位的統一審查標準，我們定期對運營人員開展專業素養與合規意識培訓，制定並在內部學習平台發佈《職位說明書發佈規範》，要求所有涉及對外發佈職位說明書的員工學習，以

四、優化產品與服務

確保其在撰寫職位說明書時做到內容完整、實事求是、符合規範。同時，我們還建立了嚴格的監督與反饋機制，鼓勵運營人員在日常工作中積極提出改進建議，持續優化審查流程，為求職者和企業提供更優質、更安全的服務體驗。

2. 開展專項治理

我們高度重視平台內容規範，持續開展「文明溝通」「重點就業人群保護」「滅蟑行動」等十大專項行動，樹立標準規範，致力於構建合法、和諧、健康的招聘求職網絡環境，保障用戶合法權益。

- 「文明溝通」治理專項行動：2024年，公司持續開展「文明溝通」治理專項行動，通過事前、事中和事後的全流程管理機制對招聘者的違規行為（如辱罵、騷擾等）進行整治。事前，我們通過漫畫、視頻等方式向用戶普及有關文明溝通的知識，引導用戶遵守文明溝通規範。事中，我們採取「系統巡察+用戶舉報」結合的方式，加大對不文明招聘者的處置力度。事後，我們對涉事招聘者公司進行公示，並向涉事招聘者公司通報違規行為，通過與用人企業建立信息共同機制來避免違規行為的發生。同時，我們根據不文明行為相關管理規範對虛假底薪、隱性歧視、隱私索取等問題進行處理，進一步加強對招聘者的行為監管。



招聘性騷擾違規者公司公示及違規行為通報



涉隱性歧視職位處置下線



文明溝通規範引導



重點行業強制明確底薪範圍



涉嫌索取隱私行為從嚴處置



上線簡歷信息自主加密功能

看準文明溝通治理手段

四、優化產品與服務

- **重點就業人群保護專項行動：**公司持續推進對藍領、大學生、女性等相對弱勢群體的保護工作，開展重點就業人群保護專項行動。我們與行業企業、機構聯合，通過公司專門的安全審核模型策略加強對招聘企業資質的核驗，對涉嫌虛假代招、收費等嚴重類型的違規行為，開展周期性的複查及整改。從而實現對生產製造業、城市服務業、靈活用工市場等領域高發的不良中介、虛假代招、不合理收費等問題的整治，保護重點就業人群。



送餐員、網約車等六大行業治理專項



藍領職位保真專項「海螺計劃」



女性保護策略



學生保護專項

重點就業人群保護專項行動

- **未成年人保護：**公司高度重視未成年人保護工作，在《招聘行為管理規範》等制度中明確禁止僱傭童工或招募未成年人從事高危工作等違法違規行為。用戶在申請使用BOSS直聘服務前，需確認並同意《用戶協議》中對於用戶年齡的要求，即在註冊時以及此後使用BOSS直聘服務期間必須以招聘及求職為目的，且在註冊時必須年滿16周歲以上。BOSS直聘嚴禁企業端用戶招聘未滿16周歲的員工，若存在違法行為，企業職位信息將無法通過審核或被屏蔽，企業端用戶賬號將被暫時或永久凍結。
- **求職騷擾問題治理：**為緩解求職性騷擾問題，BOSS直聘從平台監管、法律制裁等多方面入手，致力於營造安全的求職招聘環境。我們明確四類性騷擾行為「高壓區」，一旦招聘者觸及「高壓區」內的行為，我們將及時發現、攔截並依法處置，並對已經處置的招聘者及典型企業進行公示。涉事招聘者除受到平台處置外，還可能面臨有關監管部門的追責。

(六) 網絡安全與隱私保護

公司嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《互聯網信息服務管理辦法》《公共互聯網絡安全突發事件應急預案》以及運營所在地的網絡安全和數據安全相關法律法規，持續完善安全管理體系，構建高效、規範的網絡安全與隱私保護架構。我們制定網

四、優化產品與服務

絡安全、隱私保護管理、應急響應、培訓、審計等相關內部政策，明確安全目標和戰略方向，確保數據管理合規可控。公司從安全技術、審計監測、應急管理等多個維度強化網絡安全防護，在數據全生命周期及產品各階段加強用戶隱私保護，構建科學、高效、可持續的網絡安全與隱私保護體系。

1. 安全管理架構

公司搭建了覆蓋決策與監督、管理、執行層級的安全管理架構，以公司戰略目標為導向，自上而下統籌網絡與信息安全相關工作。公司董事會高度重視信息安全與隱私保護議題，積極參與相關事項策略規劃、審查和重大決策。

安全領導小組是公司網絡與信息安全的最高決策與監督機構，由公司董事長、CEO擔任組長，公司高管擔任組員，負責領導和決策公司網絡與信息安全重大事項、監督管理機構及執行機構的工作開展情況。安全領導小組下設6個專項工作組，工作組間建立協同工作機制，共同推動安全管理和風險治理工作落地。公司每周召開一次隱私安全會議，並將重要會議結論向董事長匯報。

監督與管理機構	負責人	負責事項
安全領導小組 董事長任組長	數據安全工作組	首席技術官(CTO) 負責組織落實數據安全相關法規要求、完善數據分類分級及防護策略、開展數據全生命周期安全管理及監控
	個人信息保護工作組	技術副總裁 負責組織制定和落實個人信息保護策略，承擔與業務主管部門和用戶的溝通反饋工作
	網絡安全工作組	首席技術官(CTO) 負責組織制定網絡安全總體規劃、完善網絡安全技術防禦體系、落實網絡安全防護策略
	算法倫理工作組	首席技術官(CTO) 負責組織優化算法策略規則、對算法效果進行評價、對算法結果進行評估
	網絡與信息安全突發事件應急工作組	高級副總裁 負責完善突發事件應急處置機制，組織開展突發事件的應急處置和上報工作
	平台與內容安全委員會 (下設平台安全工作組 和內容安全工作組)	首席營銷官(CMO) 負責平台上用戶求職招聘流程安全，維護用戶安全部輪值部長平台良好的信息內容生態

四、優化產品與服務

2. 網絡安全管理

為打造安全的企業網絡環境，構建良好的網絡生態，我們搭建了包括網絡安全管理制度、網絡安全技術、網絡安全應急管理、供應商資質審核、員工培訓為一體的網絡安全保障體系，全方位保障公司數據與信息安全。我們還通過定期開展內部和外部審計，檢驗安全工作的執行效果。

(1) 安全管理制度

我們制定並實施了一系列全面而嚴格的內部政策和措施，覆蓋公司全部產品線的網絡安全和數據處理活動的全生命周期，並根據法律法規和監管要求的變化及時審核和優化完善制度內容，持續維護制度的適用性，為用戶構建安全屏障。為加強網絡安全管理，我們制定了《信息安全管理體系總體方針》《員工安全管理辦法》《IT供應商管理辦法》《網絡與信息安全突發事件應急預案》《數據安全審計管理辦法》等制度，明確信息安全目標與組織架構，加強網絡安全管理，提升員工安全意識與行為規範。為完善網絡安全技術措施，我們在網絡安全、系統安全、應用安全、安全補丁、防病毒、安全開發等層面建立了安全管理制度，進一步明確網絡、主機、應用系統、數據庫系統應遵循的安全策略，規範網絡安全技術和安全運營。

公司對安全違紀行為採取零容忍態度。2024年，公司更新《辦公安全行為規範》，在原有制度要求的基礎上，進一步細化員工安全辦公責任，明確要求禁止員工違規訪問、篡改、存儲、刪除、外發公司數據，以及禁止點擊不明外部郵件、破壞公司內部網絡和系統等，以確保辦公環境的安全穩定。此外，公司設立《獎懲和勞動紀律規定》，明確不同違規程度的懲處要求。

(2) 網絡安全技術

我們持續優化網絡安全各項技術，在應用、網絡、主機、終端、代碼等多層面部署防禦措施，建立縱深防禦網絡安全技術體系，保障數據安全運營與系統穩定運行。依托一站式基礎安全管理平台——「神盾局」，公司實現數據資產安全隱患、漏洞與合規風險的同步監控、審計、跟進和處置，全方位提升安全運營能力，升級基礎安全防護水平，為用戶數據安全保駕護航。我們主要的網絡安全技術包括：

- **風險預防領域：**部署Web應用防火牆(WAF)、邊界防火牆，採用抗DDoS¹產品，有效防禦網絡層及應用層的攻擊活動；部署數據防洩漏系統(DLP)、終端防病毒軟件、自研辦公網准入系統、上網行為管理系統，加強員工終端防護和監控，防止因員工終端存在安全隱患而導致數據洩露；部署郵件安全網關，針對垃圾郵件、釣魚郵件、勒索郵件等進行監測和過濾，防禦通過郵件的針對性攻擊行為；

¹ DDoS (Distributed Denial of Service, 分佈式拒絕服務) 是一種網絡攻擊方式，攻擊者利用多個受控計算機同時向目標服務器發送大量請求，導致服務器資源耗盡，無法正常響應合法用戶的請求

四、優化產品與服務

- **風險識別領域：**部署自研主機安全管理系統、自研數據庫審計系統、堡壘機，應對主機層面的安全威脅，及時發現並處置主機系統和數據庫系統漏洞，實時監控審計主機和數據庫系統的違規操作；部署自研靜態代碼分析平台、自研軟件成分分析平台、自研App隱私合規檢測系統，對代碼進行安全審計和分析，從源頭識別和阻斷安全隱患；部署威脅感知平台(TDP)和自研漏洞掃描系統(DAST)，提升威脅識別、檢測、響應、溯源等能力；
- **風險評估領域：**搭建BOSS直聘安全應急響應平台(BSSRC)，面向外部安全開發者公開收集安全漏洞，通過外部資源同步加強平台安全防禦能力；定期開展滲透測試，包括模擬黑客攻擊等，旨在發現並彌補網絡安全漏洞；開展攻防演練，驗證安全措施有效性，加強自身安全能力的判斷，並有針對性地進行防護能力提升，減少被攻擊的可能性。

(3) 網絡安全審計

我們定期對IT基礎設施與信息安全管理系統開展內部、外部評估和審計，內部、外部網絡與數據安全審計均至少每年開展一次。

內部審計方面，公司每年對個人信息處理活動和個人信息權利保障等方面的合規情況進行審計，並對用戶敏感信息處理流程以及用戶信息共享場景開展用戶個人信息安全影響評估，及時發現並處理潛在風險，排除安全隱患。此外，公司每年對公司主要產品的網絡和數據安全進行符合性測評與風險評估，確保公司安全運營達到相應安全等級要求、安全風險可控。

外部審計方面，我們每年聘請外部專業機構對公司全部產品進行網絡安全等級保護測評、數據安全管理能力認證、個人信息保護認證、數據安全風險評估等網絡與數據安全審計工作，確保安全管理體系符合行業與監管要求。報告期內，我們共計開展3次外部信息與網絡安全審計。

(4) 安全事件應急管理

我們持續加強安全事件應急管理，建立主動及被動的事件應急響應機制，以期最大程度地降低突發事件帶來的風險和影響。通過建立安全事件應急處置機制，完善事前預防、事中處置、事後追溯的全流程管理，使得突發安全事件得到及時、有效處置，不斷提升整體應急響應能力。

四、優化產品與服務

- 事前預防：**我們持續優化網絡安全技術，定期主動開展釣魚演練、網絡安全與數據安全事件應急演練及攻防演練，全面識別內外部安全風險及缺陷，提高內部人員安全意識和應急處置技能，確保應急團隊能夠及時發現並妥善處置各類安全事件，將對用戶的影響降到最低。2024年，公司共開展釣魚演練46次，攻防演練5次，網絡與數據安全事件應急演練1次，不斷提升全員安全意識，增強事件處置人員技能。
- 事中處置：**我們成立網絡與信息安全突發事件應急工作小組，制定了《網絡安全事件專項預案》和《數據安全事件應急預案》，針對業務系統故障、網絡攻擊、平台內容安全、數據安全（洩露、篡改、丟失、濫用、違規使用）等各類事件，細化應急處置操作步驟，規範技術處置流程。我們將安全事件進行分類分級響應和處置，對於安全等級較高的事件²，公司將及時向上級監管部門進行報告。此外，我們還明確了從事件監測、響應到處置、發佈等各環節的流程，確保安全事件得到妥善處理。
- 事後追溯：**我們加強事件復盤與經驗總結，持續完善應急預案和防護措施，並妥善存檔事件處理記錄。事件處理完畢後，我們及時分析事件的起因、經過及責任歸屬，評估突發事件造成的影響和損失，提煉防範和應急處置工作經驗，確保改進措施落地。同時，公司通過年度審計持續審核安全措施的有效性，不斷改進安全策略和安全事件處置流程。



² 安全級別分為特別重大、重大、較大、一般四種事件

四、優化產品與服務

(5) IT類供應商網絡安全審核

公司嚴格管理和監督供應商數據來源、對外共享行為，避免供應商違規行為的發生，確保涉及數據共享以及採購的主要網絡設備、應用軟件和技術服務的供應商具備信息安全管理、隱私信息管理以及網絡安全管理認證資質。公司制定《IT供應商管理辦法》，明確IT供應商準入流程、審核標準及供應商年度評估機制，進一步規範數據安全管理，確保供應鏈合規管理。

我們對全體涉及數據交互的潛在供應商開展網絡安全風險評估和年度安全風險審核，對其數據共享情況、數據接觸範圍、數據處理情況、數據來源合法性和安全能力認證資質開展盡職調查，包括但不限於網絡安全等級保護備案證明及報告、ISO 27001證書、ISO 27701證書等，確保其符合公司規範。另外，我們還與通過審核的供應商簽訂安全協議，要求其遵守公司政策、履行數據安全保護義務。對於不滿足公司要求的供應商，我們將督促其進行整改，經審核通過後方可繼續合作，否則取消合作關係，避免因供應商合作而產生的信息安全問題。

此外，公司通過在合同中明確數據安全要求的形式，向全體供應商及承包商開展數據安全意識宣導，提升其對信息安全、隱私保護及合規管理的認知，強化風險防範意識。

(6) 員工網絡安全培訓

我們重視培養員工網絡安全意識，並制定相關培訓與考核機制，提升安全保障能力，牢築公司網絡安全根基。全體員工（含正式員工、兼職員工）均需要完成「成長中心」學習平台中的數據安全相關培訓課程及有關個人信息安全與合規的培訓及考核，技術序列員工還需完成信息安全、數據安全相關的學習和考試。2024年，公司全年推送36期安全意識宣傳內容，累計閱讀次數超6萬次，進一步強化員工安全認知與合規意識。

公司網絡安全團隊持續提升自身能力，始終保持學習、共進的態度。截至2024年末，團隊成員已具備註冊信息安全工程師(CISP)、滲透測試工程師(OSCP)等多類信息安全專業資質，並通過定期學習，持續完善知識體系、提升崗位專業技能。

四、優化產品與服務

3. 用戶隱私保護

我們始終將用戶隱私保護視為首要任務，持續完善用戶隱私制度體系，將隱私安全融入風險與合規管理框架。公司成立個人信息保護工作組，由政府事務、法務、產品、研發、安全、合規等部門組成，共同制定隱私保護策略、評估隱私保護風險、推進隱私保護工作的落地。我們圍繞產品全生命週期和數據全生命週期建立隱私保護合規管理體系，堅決保障用戶對於其數據及隱私所享有的權益。

(1) 隱私保護制度

公司建立了完善的隱私保護體系，持續優化用戶個人信息安全與合規管理。2024年，公司更新《用戶個人信息保護管理規定》《用戶個人信息權益保障處理規範》等隱私保護制度，完善隱私政策更新時效和投訴處理機制，進一步強化用戶個人權益保障。我們制定《個人信息安全影響評估實施指南》，明確個人信息安全影響評估的方法、要點和實施流程，指導和規範評估開展過程，保障評估結果質量，在2024年新增人工智能應用場景的個人信息保護要求，確保數據收集和使用遵循最小必要原則，降低人工智能領域的隱私安全風險。

在數據安全管理方面，公司更新《數據安全審計管理辦法》，針對數據脫敏處理、數據銷毀監督與審計、第三方數據共享分類管控、數據修改審批流程、數據備份恢復演練頻次及數據安全自評估等關鍵環節，強化管理標準，構建了更完善的數據安全防護體系，切實保障用戶個人信息安全。此外，公司制定《數據分類分級規範》，結合業務應用情況，細化數據分類分級目錄，以便更有效地進行數據分級分類管理。

公司高度重視人工智能開發和應用時的隱私保護，制定《生成合成算法安全工作指南》，以及算法訓練、運行、干預、監測等算法生命週期各階段的安全規範，確保AI系統的設計、開發和應用全程合法合規。建立風險評估機制，對擬上線的AI系統和功能進行隱私合規風險識別和治理。對AI功能頁面添加標識，幫助用戶辨識AI生成的內容。為構建可信AI系統，嚴格對AI大模型進行測試和訓練，加強輸出內容的安全過濾，避免輸出信息存在潛在的偏見、歧視、隱私、濫用、倫理、價值觀等問題。

四、優化產品與服務

(2) 保障用戶合法權利

用戶可通過公司官網查閱隱私政策，以更好地了解看準收集、使用、保存及保護用戶數據的途徑和規範。我們通過開屏彈窗、授權彈窗等方式，向用戶清晰地介紹公司收集、使用其個人信息的情況，以及為其提供的訪問、更正、刪除和保護個人信息的方式。用戶對於其賬號信息、訪問歷史記錄等個人信息享有訪問、修改、刪除、複製、轉移、補充權，以及改變授權範圍、撤回同意、註銷賬戶、要求對其個人信息處理規則進行解釋說明的權利。

公司僅在獲得用戶同意後，方能以合理方式收集和使用用戶信息。當個人信息處理目的、方式、種類發生變更時，用戶可通過消息提示或相應管理頁面，重新選擇是否繼續使用相關功能，用戶可隨時通過權限管理模塊授予或撤回相應功能同意的權利。一旦用戶主動註銷賬號，公司將停止提供服務，在15日內完成註銷流程，並根據法律要求刪除用戶個人信息或對其進行匿名化處理，用戶可在操作後15日內撤回申請。

公司在獲得用戶同意並通過合理方式獲得用戶信息後，進一步明確用戶的訪問、修改及刪除個人信息的具體操作步驟：

- **訪問權**：用戶有權查閱其主動提交及使用公司服務過程中產生的個人信息，可通過《個人信息清單》訪問用戶的個人基本信息、身份信息、使用過程信息和設備信息的收集情況，了解信息收集和使用目的、場景及次數。
- **修改權**：用戶有權修改其主動提交的個人基本信息，可通過App相應模塊主動修改，亦可聯絡客服進行修改。
- **刪除權**：公司保障用戶合理的刪除請求，用戶可通過App內相應功能板塊或聯繫客服刪除其個人信息。平台在收到用戶請求後，會根據法律的要求及時刪除用戶個人信息或對其進行匿名化處理。因法律規定需要留存個人信息的，我們將停止將其用於日常業務活動中。

(3) 數據全生命周期用戶隱私保護

公司貫徹落實用戶數據全生命周期保護，建立並完善個人信息採集、傳輸、存儲、處理、共享、銷毀各環節的總體原則，持續加強個人信息保護力度。

四、優化產品與服務

①數據採集

公司在取得用戶同意後，遵循最小必要原則收集個人信息。收集敏感信息前，公司還將再次單獨獲取用戶同意。

②數據傳輸

公司制定《數據傳輸安全管理規範》等制度，採取符合業界標準的安全防護措施保護用戶個人信息，敏感個人信息均採取加密傳輸措施，保障個人信息在傳輸過程中的完整性和保密性。

③數據存儲

公司制定《數據存儲系統安全管理規範》《數據加解密指南》等制度，規範數據存儲系統的訪問、操作、審計流程，明確敏感數據加解密安全策略，防止個人信息洩露、未授權訪問、惡意篡改以及數據丟失等安全風險。公司利用多機房建立容災備份機制，並針對不同業務線獨立儲存數據，保障用戶個人信息安全。公司還建立備份恢復相關管理制度，通過備份腳本執行系統備份，定期進行數據備份恢復演練，保證備份作業的正常實施。

④數據處理

公司嚴格規範數據處理過程，制定《數據導入導出管理規範》《數據脫敏規範》《內部應用系統賬號權限安全管理規範》《日誌安全管理辦法》等制度。我們建立主機、數據庫和應用系統的權限管理機制，細化數據載體的訪問控制要求，對賬號權限申請、審批、分配、使用全流程進行監控和審計，對離職、調崗權限交接和權限回收加強管控，搭建安全日誌管理平台，統一採集、管理、檢索和分析各類安全日誌，通過關聯分析識別內部人員違規行為，避免敏感數據被未經授權訪問和使用。

⑤數據共享

公司制定《數據共享管理規範》，規範數據在內外部共享流程，並在《隱私政策》中承諾不會在未經授權的情況下向第三方共享、轉讓或公開披露用戶的個人信息。

四、優化產品與服務

公司僅會在合法、正當、必要、特定且明確的前提下，與第三方合作處理客戶的個人信息，且僅限於提供服務所必需的信息範圍。同時，我們不斷強化對第三方使用用戶個人信息過程的保護機制，對合作方所採用的軟件工具包(SDK)及應用程序接口(API)實施嚴格的安全檢測，以確保數據安全。此外，公司與第三方簽訂嚴密的保密協議，明確要求其遵循公司的指引、政策及其他相關保密與安全規定，妥善處理用戶個人信息。

⑥ 數據銷毀

公司制定《數據存儲系統安全管理規範》，明確以「實現處理目的所必要的最短時間」為原則，存儲用戶個人信息，及時刪除或匿名化用戶註銷和主動刪除的用戶個人信息，以降低用戶個人信息洩露風險。

此外，公司嚴格規範供應商數據管理，確保數據共享安全合規。供應商如涉及數據共享，須遵循最小必要原則，僅限共享業務所需數據，並在服務合同或合作協議中明確數據採集的目的、方式、範圍和用途。公司嚴禁供應商超範圍採集、使用或留存與業務無關的數據，包括但不限於用戶個人信息或其他敏感數據，以保障數據安全與合規性。

四、優化產品與服務

(4) 產品全生命周期用戶隱私保護

我們依據《軟件開發流程管理辦法》，針對產品需求設計、開發、測試、上線各環節建立隱私安全風險管控措施，多維度監控和識別隱私安全風險。本年度，隱私保護檢測能力覆蓋公司所有產品和軟件開發工具包。

- 產品設計階段，公司按照《產品功能個人信息保護合規風險識別指南》，以公司自主搭建的「神盾局」安全平台為輔助工具，識別並持續跟蹤產品合規風險，分析產品潛在的個人隱私信息合規風險，對隱私影響進行評估，從源頭解決隱患。
- 產品開發階段，公司嚴格遵循《安全開發參考》進行安全編碼，規範代碼開發行為，減少產品軟件漏洞和隱私安全隱患。
- 產品測試階段，公司利用「神盾局」識別和修復代碼漏洞和業務邏輯漏洞。公司還對產品進行功能和合規審查，在保障功能可用的基礎上，確保所有產品版本發佈前均通過隱私安全審核。
- 產品上線階段，公司按照國家及行業安全標準與規範，開發安卓靜態和動態檢測工具，確保符合監管要求。公司還定期聘請第三方安全機構開展安全評估，加強隱私安全風險的發現能力。

(5) 隱私問題投訴及處理

公司不斷更新舉報機制，暢通包括政府監管機構、個人隱私保護專屬郵箱和投訴專線在內的全平台投訴渠道，設立專門機構處理投訴舉報事件。涉及有關個人信息或隱私安全的投訴，投訴處理部門會在徵求法務部門與合規部門意見後，形成處置方案並與用戶溝通。若用戶不滿意，我們則將案件轉至處理部門直屬領導進行升級處理，直至用戶滿意。2024年，公司未發生用戶隱私洩露事件，故無受影響用戶。

四、優化產品與服務

4. 外部安全認證與合作

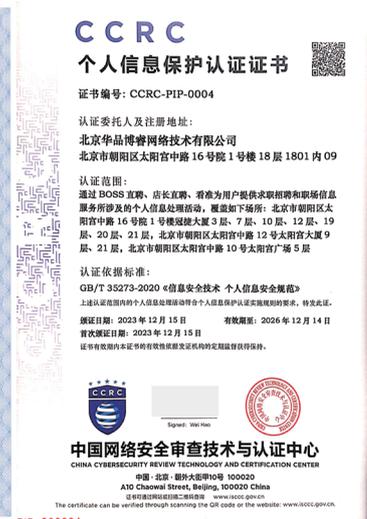
我們持續完善安全管理體系，公司所有產品均符合安全管理標準並通過相關認證。2024年11月，BOSS直聘、店長直聘均通過年度網絡安全等級保護三級認證。本年度，公司完成中國網絡安全審查技術與認證中心(CCRC)「個人信息保護認證」及中國信息通信研究院泰爾認證中心「數據安全管理能力認證」的年度更新工作，確保數據安全管理體系持續合規有效。



數據安全管理能力認證證書



個人信息保護認證證書



公司積極與外部機構開展交流合作，汲取外部優質資源，加快公司網絡安全體系建設，提升安全防護能力。目前，公司已加入全國信息安全標準化委員會(TC260)信息安全管理工作組(WG7)、數據安全標準工作組(WG8)及新技術安全標準特別工作組(SWG-ETS)，並積極參與相關制度的研討和評審工作。2024年，公司參與由中國網絡安全產業聯盟(CCIA)主辦的數據安全和個人信息保護社會責任指南試點及數據接口風險監測(DIRM)專題試點工作，並獲評數據安全和個人信息保護社會責任二星級標識，數據接口風險監測一星級標識。

四、優化產品與服務

(七) 完善用戶服務

我們高度重視用戶服務，制定並遵守《客戶服務中心績效管理辦法》《客戶服務中心業務流程手冊》《BOSS直聘客服體系違規判罰規則》等制度及標準操作指引，暢通用戶反饋渠道，規範服務流程，明確責任劃分，妥善處理用戶投訴。公司設有客戶服務中心，截至2024年底，客戶服務中心團隊共計300餘人，針對用戶反饋的問題與投訴，快速響應，提供高質量服務。

1. 投訴接收與處理

我們充分考慮不同用戶的使用習慣，開設電腦端及應用程序內反饋、400熱線、網絡電話、郵箱等問題反饋與投訴渠道，鼓勵用戶提供實時反饋及投訴。我們將對用戶投訴及反饋進行核實與分類，並由客服人員實時解決或上報團隊高級成員評估與解決。此外，公司質檢部門負責對用戶投訴處理的全流程進行覆核與督導，確保用戶投訴得到有效處理。

投訴處理期間，客服團隊將根據重要節點，向用戶及時反饋投訴處理進度，並在得到明確處理結果後主動告知用戶。投訴處理結束後，我們通過語音按鍵評價、在線評價、短信邀評等方式，對用戶開展滿意度調查，以持續改進服務質量。我們還設置專人對重點用戶進行回訪，了解並記錄用戶的使用體驗。客服團隊每周整理用戶反饋，並定期與產品及研發部門溝通，將用戶反饋作為優化產品功能的參考依據。

本年度，公司在用戶產品類問題的處理上進行了深入探索與創新，通過探索「AI輔助+部門並行協作」的處理模式，我們能夠提前定位95%左右的用戶問題，並提供前置性解決方案，研發類問題處理速度提高約75%，為用戶帶來了更加快速、便捷的問題解決體驗。

看準用戶投訴與反饋渠道

- 舉報郵箱：jubao@kanzhun.com
- 舉報電話：400 065 5799
- 老年人直連熱線：400 661 6030

四、優化產品與服務



用戶投訴處理流程

報告期內，公司共收到客服服務類³有效投訴99件。截至2024年末，公司客服團隊在用戶量增長的情況下穩定保持2小時內響應用戶投訴，1個工作日內處理完結。2024年，用戶服務滿意度⁴為96.18%。

³ 客服服務類有效投訴包括對產品功能及服務質量等提出的合理抱怨、要求解決問題或索賠等行為

⁴ 用戶服務滿意度=用戶服務評價為「滿意」及「非常滿意」的人數／用戶服務評價總人數*100%

四、優化產品與服務

2. 升級服務體驗

本年度，我們針對用戶諮詢較為頻繁的問題場景，推出多場景客服機器人。用戶無需等待人工客服的響應，即可借助客服機器人自助申請退費、修改職位名稱及類型等服務，以提升用戶體驗，提高客服效率。

此外，為滿足不同客戶群體的服務需求，我們組建了針對不同群體的客戶服務團隊：

- 針對付費企業端用戶，我們建立用戶使用服務專項小組，與用戶建立長效聯絡機制，對付費企業端用戶在平台使用方法、職位發佈規範、招聘過程技巧等方面的問題進行專人指導，為用戶帶來流暢、便捷的使用體驗。
- 針對老年用戶群體，我們設立老年人專線，減少進線難度，安排專人對老年用戶進行產品使用講解與指導。

本年度，我們累計收到用戶產品類訴求⁵119條，經公司研發產品部合理分析用戶訴求後，共協助形成81個產品優化點。

3. 客服人員培訓

為了更好地服務用戶，我們不斷強化客服人員業務能力，採取在線及線下的培訓形式，為客服人員提供多元培訓。我們開設業務知識、業務技能、通用課程、管理課程等共101門課程供客服人員學習，並着重加強針對用戶滿意度的知識分享及跨業務場景服務的相關培訓，如「滿意度分享課」「跨業務場景SOP培訓」等。此外，我們也積極嘗試新的培訓模式，開展模擬實操類培訓課程，如「高頻場景模擬會話」「分場景服務進線系統演練」等，模擬真實客服場景，幫助客服人員更快掌握相關技能。

本年度，我們累計開展945場客服培訓，覆蓋人次達12,194人次。



客服人員培訓現場

⁵ 用戶產品類訴求主要為用戶對平台界面功能、界面引導文字理解、操作便捷性等訴求

四、優化產品與服務

(八) 知識產權管理

公司高度重視知識產權管理工作，嚴格遵守《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國反壟斷法》以及運營所在地的相關法律法規，制定《BOSS直聘知識產權保護規則》《專利獎勵管理辦法》等內部管理制度。本年度，我們對公司內部知識產權管理流程進行全面梳理和優化，積極落實知識產權登記備案及申請維護工作，定期進行知識產權侵權監控，持續開展知識產權培訓，全方位提升公司知識產權保護水平。部分公司董事深度參與知識產權合規重大事項，在業務和法務意見的基礎上進行事項決策。

1. 知識產權管理架構

公司已建立由法律事務中心、行政部門和業務部門組成的知識產權協同管理架構，對公司在內容審核、營銷活動、產品設計等運營環節開展嚴格的知識產權合規性審核。

- **法律事務中心**：主要負責知識產權的全鏈條服務與全周期管理。該中心負責統籌專利、商標、著作權等知識產權的申請佈局與價值評估，建立並維護企業知識產權資產台賬；實時監測行業知識產權發展動態，構建風險預警機制，前瞻性識別潛在侵權風險；動態跟蹤第三方知識產權申請態勢及市場變動，定期開展侵權風險排查。
- **行政部門**：管理與知識產權相關的法律文件和證書，包括商標註冊證書、專利證書、版權註冊證書和變更證書等文件。
- **業務部門**：對內，該部門主動排查自身業務潛在的知識產權風險和侵權情況，依據法律法規和內部管理要求，識別並處理可能侵害他人知識產權的內容，積極採取內容刪除、下架等措施；對外，該部門作為平台運營主體，接收並及時處理第三方維權需求，並將疑難情況反饋至法律事務中心進一步處理。

此外，公司委託第三方獨立機構對涉嫌知識產權侵權的問題開展定期監測和篩查。我們在核實侵權事件後，將向侵權方發送法律信函，並視具體情況判斷是否向侵權方提起訴訟，以有效保護公司自有知識產權。

四、優化產品與服務

2. 知識產權管理措施

(1) 保護自有知識產權

公司致力於維護和保障公司自有知識產權。我們要求員工簽署《知識產權歸屬和保密協議》，保護公司的知識產權、提升員工法律意識和職業道德觀念。由法律事務中心負責落實知識產權相關的保護措施，包括但不限於設立並及時更新商標、著作權及專利台賬，並由專人維護；及時與業務部門溝通商標申請需求；自行及委託代理機構進行商標監控；對複製、摹仿公司商標的第三方商標採取撤銷、異議等防禦措施；註冊防禦性商標、聯合性商標；安排專人對公司已授權專利進行定期跟蹤，監控專利有效期，及時辦理專利年費繳納等手續；在新業務拓展環節前置知識產權審核評估工作，保障重大項目的知識產權合規工作等。

當侵權事件發生時，法律事務中心將第一時間遵循以下步驟執行知識產權保護措施。

1. 及時響應：就侵權事件開展法律研究並研判其性質；
2. 制定計劃：確定知識產權保護目標並制定相應的保護計劃；
3. 內部報告：報告侵權事件，並將應對工作計劃提交內部審查；
4. 實施行動：確定並實施應對行動。

(2) 尊重他人知識產權

我們在保護公司知識產權的同時，亦尊重他人的知識產權。我們嚴格遵守公司規則和其他合規程序，對擬使用的商標採取「先檢索後使用」的原則，以避免侵犯第三方商標權。此外，我們在審查制度、合作流程、平台管理等方面採取相關措施，加強對權利人知識產權的保護：

- **建立嚴格審查制度：**公司設立專門的知識產權審查流程，在新業務拓展、廣告宣傳策劃等項目啟動前，由法律事務中心對項目所涉及的設計、文案等進行全面的知識產權審查。審查內容包括檢索是否存在與第三方知識產權衝突的情況，並評估項目實施過程中可能產生的侵權風險。

四、優化產品與服務

- **規範對外合作與採購流程：**在與供應商、合作夥伴開展業務合作時，我們將知識產權保護條款納入合同協議中，明確要求合作方提供的產品、技術、服務等不侵犯第三方知識產權，並約定相應的違約責任。在採購環節，我們提前對採購的原物料、產品、軟件等進行知識產權審查，確保採購物品來源合法合規。
- **治理平台假冒品牌行為：**公司定期篩查招聘企業是否存在侵犯知名品牌的行為，對相關侵權內容進行下架處理，從源頭攔截侵權行為。此外，我們也相應提供了電話、郵箱等投訴、舉報渠道，接收第三方權利人的維權訴求。

我們依據公司制定的知識產權違規或侵權投訴及申訴標準流程，保障第三方權利人的合法權益。當收到侵權投訴時，我們將依據法律規定，審查權利人提供的構成侵權的初步證據及權利人的真實身份信息，及時對侵權內容採取刪除和屏蔽等必要措施。

截至2024年12月31日，公司累計持有境內外註冊商標1,149件，持有專利351項（含發明專利及外觀設計專利），完成著作權登記251項，其中軟件著作權共計201項。

3. 知識產權培訓

為加強公司員工知識產權保護意識，為業務發展築牢保障，公司積極開展知識產權培訓，內容包括但不限於專利申請、產品設計知識產權保護、知識產權日常運營審核等。本年度，我們結合知識產權合規熱點案件以及業務需求開展2次內部培訓，旨在提升法務人員合規素養和業務水平。針對公司設計和公益部門，我們在日常工作中着重強調設計作品和宣傳物料的知識產權保護問題，並同步開展相關培訓，指導其如何合法使用素材，避免因未經授權使用圖片、文字、字體等造成侵權。

四、優化產品與服務

(九) 負責任營銷

我們嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》《北京市廣告發佈行為合規指引》等營銷與廣告宣傳相關的法律法規，完善廣告管理架構，規範營銷內容的審核與發佈流程，使產品營銷活動符合政府監管、法律和行業的合規要求。

本年度，公司依據相關法律法規，對廣告代言行為的內部政策進行了更新，確保定期且及時地審查代言人的資格條件，嚴格把關，以保證代言人自身的行為舉止及廣告內容均契合社會公德與傳統美德的要求，打造負責任的營銷品牌。2024年，公司未發生任何包含廣告在內的營銷活動違規或侵權事件。

1. 負責任營銷管理架構

公司建立由市場品牌中心、公共事務部、法律事務中心等部門組成的廣告與營銷合規審核小組，統籌營銷管理及合規審核工作，並直接向公司CEO匯報。公司各部門協同管理，共同確保公司的廣告和營銷內容合法合規，樹立並持續保持公司的良好社會形象。

部門	職責
市場品牌中心	審核營銷創意和設計，確保營銷內容符合公司品牌定位和形象；參與制定營銷活動的市場推廣策略，提升公司在市場中的競爭力和知名度。
公共事務部	負責與政府部門、行業協會等外部機構開展溝通，了解並傳達相關營銷政策和監管機構要求；對營銷內容開展社會影響評估，確保內容符合道德標準。
法律事務中心	對營銷內容開展法律層面的審核，評估營銷活動中可能出現的法律風險，確保內容不侵犯他人權益、不涉及違法或不良信息，為公司廣告與營銷決策提供法律支持。

四、優化產品與服務

2. 規範信息發佈流程

公司高度重視營銷內容發佈流程的規範化，嚴格管理廣告營銷類供應商準入及聘用、第三方平台投放等各環節工作，通過各部門的高效協同，有效降低法律風險、確保營銷內容的合規性。

信息發佈流程	規範措施
廣告營銷類供應商準入及聘用	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商評審環節：法律事務中心、採購部審查廣告營銷類供應商的代理資質及履約能力的合規性； • 營銷創意設計環節：公共關係、政府關係、法律事務中心等部門從不同維度審查營銷內容的合法合規性； • 合同簽署環節：法律事務中心審查合同的法律風險，明確供應商服務行為要求，形成覆蓋供應商選用、內容生產、投放執行的全周期管理閉環。
第三方發佈平台投放廣告營銷內容	<ul style="list-style-type: none"> • 廣告投放合規管理：法律事務中心對產品開發、創意設計、市場營銷等多維度把關，嚴格防範營銷宣傳和服務推廣的合規風險。公司按照監管部門及發佈平台的要求，提供資質合法和內容真實有效的相關證明材料或承諾書，並經監管部門或發佈平台審核通過後，方可發佈； • 代言人廣告行為審核管理：本年度，公司全面更新了廣告代言合同模板，並建立了完善的代言人履約保障機制，明確要求代言人必須保持對產品的實際使用行為，以確保代言的真實性和可信度。同時，公司還進一步完善了對代言人的道德約束體系，在合同中細化職業操守規範，對代言人的行為進行了全面而嚴格的約定，從而實現了對營銷方案的精細化和嚴格管理。

四、優化產品與服務

3. 強化廣告內容審核

公司明確要求招聘者遵守《招聘行為管理規範》的各項要求，禁止發佈營銷性的廣告內容，並對招聘者發佈的招聘信息、公司簡介等內容進行合規性審核。公司的廣告內容審核能力目前已實現對招聘者發佈內容的全量覆蓋，並對展示次數和曝光次數較高的內容進行複審。此外，我們持續優化敏感詞庫過濾系統，篩選排查違法違規詞彙，通過機器識別與人工複審相結合的方式嚴格把控發佈內容。對於重點行業的招聘者，公司結合人工智能技術輔助開展內容審核，確保發佈內容合法合規。

4. 負責任營銷培訓

本年度，為進一步增強法律事務人員在廣告審核過程中的風險合規意識，公司法律事務中心組織開展一系列廣告類新法新規學習活動，重點涵蓋了《互聯網廣告可識別性執法指南》《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》等關鍵法規。通過此類學習活動，確保公司廣告活動在新興媒體環境下始終遵循法律法規要求，做到合法合規。同時，法律事務中心還定期對日常經營活動中的廣告合規問題進行研判，一旦發現存在法律風險的營銷行為，將及時反饋給業務部門，並提供切實可行的解決方案，以有效防範和化解潛在的法律風險。

攜手員工成長



五、攜手員工成長

公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國就業促進法》《中華人民共和國社會保險法》以及運營所在地關於員工僱傭的法律法規，切實維護員工權益。我們持續完善內部管理制度，明確員工招聘、晉升、績效考核等各個環節的標準與流程。我們致力於優化人才吸引與留任機制，健全員工培訓體系，關注員工身心健康，為員工提供公平、廣闊且包容的職業發展空間，與員工攜手共進，共謀長遠發展。

（一）保障員工權益

公司遵循聯合國在《世界人權宣言》中闡述的國際公認的人權政策，我們堅決反對職場歧視，以及任何形式的語言侮辱、性騷擾、非性騷擾、恐嚇及其他不正當行為，對所有侵犯人權的行為採取「零容忍」態度。我們通過完善制度機制保障員工權益，着力構建具有包容性的組織文化，持續提升職場環境的公平性與安全性，為全體員工營造多元、平等的職場氛圍。

公司發佈《反對職場歧視和職場性騷擾聲明》《看準集團防治職場性騷擾制度》，其中明確了針對職場性騷擾行為的舉報、調查、懲處措施，以及對舉報人提供的保護措施。若員工遭遇或目睹了騷擾事件，可通過多種舉報途徑，以匿名或實名的方式向直接上級或其他管理人員報告。情況一經核實，我們將對違紀者實施紀律處分，並及時對受影響的各方提供適當的補救措施，以確保所有員工得到公平、公正的對待。我們定期面向員工開展反歧視和反騷擾培訓，積極開展反對職場性騷擾相關宣傳，提升員工的自我保護意識。

公司遵守《中華人民共和國婦女權益保障法》《中華人民共和國未成年人保護法》《禁止使用童工規定》等法律法規，制定併發佈《看準科技有限公司背景調查管理制度》等，每年針對勞工權益保障情況開展內部審查，全面評估公司在遵守人權法規方面的表現，並在審核程序完成後，及時跟進責任部門整改措施的落實情況。若發現違規情況，一經核實，我們將按照《勞動行為紀律處分規則》對違規人員實施紀律處分，並對受影響各方提供適當的補救措施，確保員工得到公平公正的對待。若存在僱傭童工的情況，公司將立即停止其工作，及時將信息反饋給當地政府部門，並實施補救計劃。

五、攜手員工成長

反對職場歧視和職場性騷擾聲明

平等就業是勞動者依法享有的一項基本權利，勞動者不因民族、種族、性別、宗教信仰、年齡、疾病、地域、殘疾、婚育狀況等其他非合理條件而受歧視。公司致力於為員工提供舒適、平等、安全的職場環境，為此鄭重聲明：

- **公司反對招聘歧視**

公司在發佈招聘信息、面試、錄用等招錄環節中，不因與就業無關的因素，不公平地差異化對待應聘者。

- **公司反對職場歧視**

公司在任務分配、轉正評優、績效考核、福利報酬等場景中，不因與工作無關的因素，不公平地差異化對待員工。在特殊情形下，公司應對符合條件的員工提供不低於法定標準的勞動保護待遇。

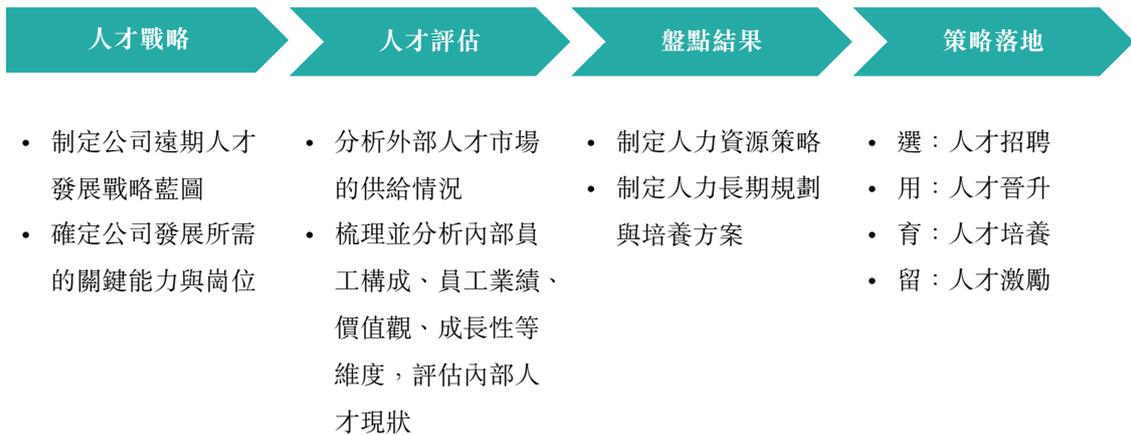
- **公司反對職場性騷擾**

公司反對任何以言語、文字、圖像、肢體行為等方式實施的職場性騷擾行為，以及對他人不尊重的行為。

五、攜手員工成長

(二) 人才發展戰略

公司結合業務發展需求以及戰略方向，開展面向重點部門員工的人才盤點工作。我們基於公司戰略與發展需求制定人才戰略，分析公司內外部人才情況，識別人才現狀與人才需求之間的差異。完成盤點後，我們根據盤點結果制定符合公司發展所需的人力資源配置實施計劃，明確崗位編製標準、人才晉升機制、人才培養計劃、人才激勵策略等，確保人才儲備與公司業務戰略動態適配。



看準人才盤點流程

1. 選：吸引優質人才

我們制定《招聘工作手冊》《職位說明書發佈規範》《外部人才供給管理制度》等制度，通過對招聘人員開展培訓並定期審核招聘情況，確保招聘過程合規與透明，實現招聘全流程合規性管控。在招聘過程中，公司明確要求並驗證新入職員工信息的真實性。在員工入職前，我們嚴格執行《看準科技有限公司背景調查管理制度》，在取得當事人授權後，依法驗證入職者身份信息及年齡資質，從源頭杜絕僱傭童工。我們充分尊重員工意願，建立勞動權益保障體系，以自願僱傭為基礎，與員工通過書面契約明確工時標準，系統性防範強制勞動發生。

我們基於人力資源策略以及人才發展戰略藍圖，實施目標導向型人才招募計劃，精準對接社會招聘與校園招聘雙通道，重點引進契合公司業務發展需求的優質人才。我們持續優化《內推管理制度》，暢通內部推薦等招聘渠道，完善人才內推激勵機制，強化內部人才梯隊建設。我們還通過實習生轉正、內部員工轉崗等多元化路徑，持續優化人才配置效能，拓寬人才選用渠道，為組織發展注入活力。

五、攜手員工成長

- **社會招聘：**我們根據不同業務需求，組建由人力部門、業務部門等多部門構成的招聘項目組。招聘項目組基於業務實際需求拆解招聘需求，明確清晰的人才畫像，有效提升崗位與人才的匹配度。
- **校園招聘：**我們面向全球的優秀畢業生開展一系列招聘活動。公司舉辦「昂揚秋招節」為表現優異的候選人提供校招與實習的綠色通道。在「2025屆校園招聘」期間，公司與海外院校合作舉辦線上宣講活動，並推出「校園大使」計劃，通過直接與學生互動的方式增強招聘觸達效果。同時，公司借助數字化工具完善面試流程，提升了候選人的面試體驗。
- **管培生招聘：**我們開展管培生計劃，崗位類別覆蓋業務類、職能類，為公司培養和儲備優秀人才。
- **實習生計劃：**我們面向全球優秀的在校大學生開展實習計劃，並為表現優異者提供正式加入公司的機會。我們根據公司人才畫像，在實習階段前置化開展人才培養，並有針對性地進行人才選拔。
- **內部轉崗：**我們建立內部人才流動促進機制，鼓勵內部員工的轉崗及人才流動，支持員工尋找更適合自己的職業定位和發展方向。公司人力部門在內部平台發佈崗位需求後，員工可依據任職資格標準自主進行轉崗申請，在為員工拓寬發展機會的同時盤活公司內部人才資源，加強崗位間人才流動與業務通融。

我們通過多種方式吸引研發、管理、銷售等不同類型的優質人才，豐富公司人才儲備。

招聘對象	招聘目標	招聘渠道
研發型人才	招募AI、深度學習、推薦算法等領域的專業人才，不斷推動公司技術的創新與發展。	實習生轉正 校園招聘 社會招聘
管理型人才	加強人才儲備，提高人才與崗位的適配性，以支撐公司的戰略發展和業務目標。	管培生計劃 社會招聘
銷售型人才	構建背景、經驗豐富的銷售團隊，進一步拓展業務。	實習生轉正 校園招聘 社會招聘

五、攜手員工成長

截至2024年末，公司員工人數⁶如下表所示：

員工僱傭指標		單位	2024年
公司總員工數		人	5,122
按僱傭類型劃分的員工數量	全職員工數量	人	5,042
	兼職員工 ⁷ 數量	人	80
按性別劃分的全職員工數量	男性員工數量	人	2,608
	女性員工數量	人	2,434
按年齡劃分的全職員工數量	30歲及以下員工數量	人	3,805
	31歲－50歲員工數量	人	1,231
	51歲及以上員工數量	人	6
按民族劃分的全職員工數量	少數民族員工數量	人	324
	非少數民族員工數量	人	4,718
按地區劃分的全職員工數量	中國大陸地區員工數量	人	5,028
	港澳台地區員工數量	人	11
	境外(非中國大陸及港澳台地區)員工數量	人	3
新員工僱傭指標		單位	2024年
公司新員工總數		人	1,604
按性別劃分的新員工數量	男性新員工數量	人	709
	女性新員工數量	人	895
按年齡劃分的新員工數量	30歲及以下新員工數量	人	1,537
	31歲-50歲新員工數量	人	62
	51歲及以上新員工數量	人	5
按民族劃分的新員工數量	少數民族新員工數量	人	124
	非少數民族新員工數量	人	1,480

⁶ 由於2024年新收購子公司報告期內在人員整合中，故本報告員工相關數據指標暫不包含2024年新收購子公司的員工

⁷ 兼職員工包括顧問、實習生等

五、攜手員工成長

截至2024年末，員工多元化指標如下表所示：

員工多元化 ⁸ 指標	單位	2024年	
女性員工佔比	%	48.27	
管理層中女性員工佔比	%	41.66	
按不同層級劃分的管理層	初級管理層 ⁹ 女性員工佔比	%	42.60
女性員工佔比	中級管理層 ¹⁰ 女性員工佔比	%	38.10
	高級管理層 ¹¹ 女性員工佔比	%	8.33
銷售及市場營銷部門管理層中			
女性員工佔比	%	44.14	
研發部門女性員工佔比	%	23.20	
少數民族員工佔比	%	6.43	
管理層中少數民族員工佔比	%	5.97	
殘疾人員工佔比	%	0.97	

2. 用：優化人崗匹配

公司持續完善員工晉升體系，為員工提供清晰的職業發展路徑，不斷激發員工潛力。我們通過多種手段考核員工工作績效，精準評估員工工作表現，為崗位調整提供依據。

(1) 員工晉升

公司制定並公開《試用期管理制度》及《見習期管理制度》，確保員工晉升標準及流程的公開透明。我們構建符合公司發展需求的職級體系，提供「管理」與「專業」雙發展通道，員工可根據個人意願及能力優勢選擇或變換職業發展路徑，更好地拓展職業視野。我們在專業通道內劃分技術、產品、設計、市場及營銷、職能等序列，並細化對於不同序列員工的晉升要求與能力標準，打通專業化的發展路徑。我們以此激勵員工不斷提升自身能力，在適合自身的領域內積累技能，實現個人專業化發展的同時促進組織的整體進步。

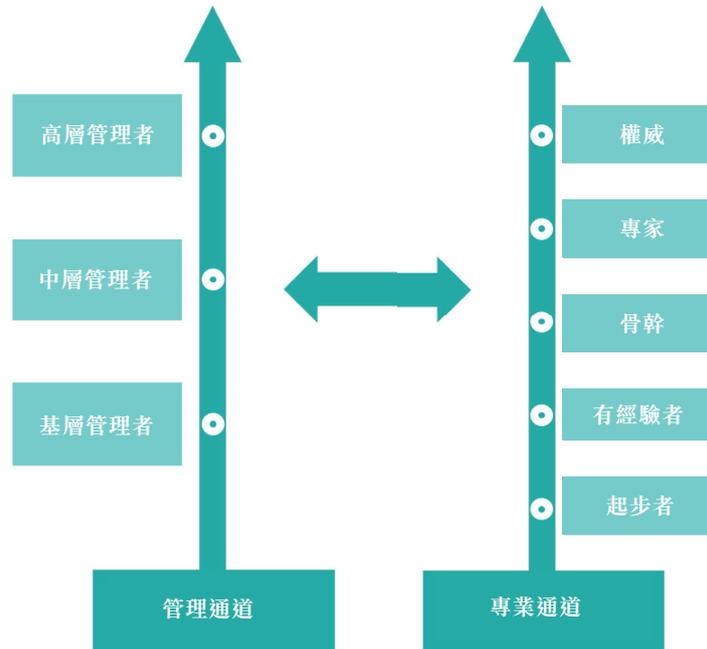
⁸ 員工多元化指標統計範圍僅包含全職員工

⁹ 初級管理層指業務部門組長、銷售組長及總監

¹⁰ 中級管理層指業務部門大組長

¹¹ 高級管理層指高管、總監及副總裁

五、攜手員工成長



看準員工職業發展通道

公司為各個專業序列均設立了專業管理委員會，每年定期對全體員工的工作表現與專業技能開展公平、公正、公開的評定與反饋，以確定員工的專業職級，認可其專業能力，鼓勵其持續精進，並為其提供專業發展的指導，實現員工精準賦能與職業導航。

為拓寬員工職業發展空間，更好地滿足公司發展及用人需要，公司還制定了《內部調崗規則》，為有能力、有意願的員工提供內部調崗機會。我們鼓勵員工自發申請內部調崗，以充分激發員工潛力，盤活內部人才隊伍。

此外，公司持續實施人才繼任規劃，鼓勵幹部的內部選拔，構建管理人才儲備池，以實現公司業務的長遠穩定發展。我們多次向全體員工提供管理崗位競聘機會，挖掘和評估具備領導潛力、符合公司價值觀的優秀人才，為其提供管理崗位的晉升機會。全體員工均可自願報名參加管理崗位競聘，實現個人價值與專長的全面發展。

五、攜手員工成長

(2) 員工績效評估

公司制定《績效管理制度》《見習期考核規則》，持續評估員工績效，為員工的表現提供及時反饋。同時，我們還建立了線上績效管理平台，員工可自主查詢考核結果及各考核指標得分，在提升考核透明度的同時，幫助員工通過績效反饋持續改進工作表現，形成高效的績效考評循環。線上平台還有助於實現績效數據的留存與追蹤，賦能績效評估便捷高效地開展。本年度，我們通過敏捷對話¹²、360度評價、團隊表現評價、目標與關鍵成果考核等方式，持續面向全體員工開展績效評估，員工績效評估覆蓋100%的員工。

- **日常考評：**根據部門及崗位特點，我們以靈活多樣的形式對全體員工開展績效管理及日常考評。針對銷售及客服部門，公司採用月度和季度關鍵績效指標(KPI)考核機制，管理者與員工共同確定關鍵業績指標，在月末和季度末根據指標完成情況對員工績效進行打分，應用於績效工資的發放。針對產研及職能部門，公司採用目標與關鍵成果(OKR)管理辦法，年初管理者與員工溝通確定年度目標與關鍵成果，並將年度目標分解到季度及月度目標，定期開展目標回顧與復盤溝通，並就過程中遇到的問題及時與員工反饋與輔導，支持員工實現既定目標。
- **年中考評：**公司面向非銷售部門員工開展年中績效考評，採用360度評價的方式階段性回顧員工工作產出，幫助員工識別改進空間，優化工作表現。我們將年中績效考核結果與年度考核結果相關聯，鼓勵員工持續創造價值。
- **年度考評：**公司每年年末開展年度績效評估，從業績和價值觀兩個維度綜合考核員工工作表現。我們採取360度評價的方式，員工直屬上級充分考慮員工本人、協作方及下級的評價，對員工的業績完成情況以及價值觀行為表現進行綜合考評。考評結果將作為績效反饋的重要依據，幫助員工持續優化個人表現。同時，我們對團隊整體績效進行考核，促進團隊協同成長。本年度，全體員工均接受了年度考評。本年度，360度評價、同級別員工排名考核機制覆蓋公司100%的全職員工。

試用期與見習期考評：針對試用期及見習期員工，管理者將根據崗位要求、團隊任務等，與員工共同探討並制定階段性工作目標，以作為員工轉正的考核標準。待員工考核期結束時，公司績效管理系統

¹² 敏捷對話指一種全年管理員工績效和發展的非結構化方法

五、攜手員工成長

將自動生成考核總結，管理者可根據考核內容回顧員工工作成果，以科學高效地完成考評任務。本年度，績效考評制度覆蓋公司100%試用期、見習員工。

3. 育：支持人才發展

公司基於自身及當下社會人才發展戰略，持續關注員工的長期職業發展。我們在滿足員工自身能力提升需求的同時，着力創造人才培養沃土，構建一脈相承的看準人才發展框架，不斷為公司發展輸送高質量人才。我們不斷完善培訓管理機制，搭建以「課程體系」「內訓師體系」「學習平台」「平台運營」為一體的人才培養體系，提高線上、線下學習資源的質量，形成從基礎技能到專業深度的階梯式培養體系。我們支持員工提升職業技能與競爭力，實現員工與公司的共同成長。

看準人才培養體系

「課程體系」：基於員工在不同階段發展所需要的不同知識、能力、素質要求，設立4大課程體系——文化類、業務類、通用類、管理類。

「內訓師體系」：由各業務部門正式員工認證為內訓講師，基於業務發展需求，負責部門內部專業課程開發和講授工作，是公司內部專業知識積累和傳播的有效途徑之一。

「學習平台」：自主研發適合公司內部員工使用的線上學習平台，提供文檔類、視頻類課程，滿足員工學習需求，並提供考試以檢驗學習成果。

「平台運營」：公司學習發展組作為學習平台的運營者，負責增強平台功能、維護線上課程、對課程進行盤點，以確保課程的有效性、統計學習數據、組織線上學習活動等。

公司為新員工、在職員工和管理者均提供了個性化、定制化的專屬培訓計劃，制定《BZL人才培養體系課程管理制度（試行）》《通用力培養需求立項要求（試行）》《人才培養體系課程盤點規則》及《內部講師管理制度》，強調「以人為本」的育人理念，通過制度化管理促進知識沉澱，確保學習內容與業務需求精準對接，幫助員工在職業技能、專業深度等方面獲得實質性提升。

五、攜手員工成長



看準人才培養體系

我們搭建「4+2」人才培訓體系，圍繞企業文化、業務能力、通用能力和領導力發展四大方面，通過線上及線下相結合的兩種渠道，為全職及兼職員工搭建靈活、全面的學習平台，創造多元的學習體驗。

4大領域培訓內容：

- 企業文化：**向所有員工介紹企業文化和價值觀，幫助員工了解公司歷程、行為準則以及業務指標。
- 業務能力：**傳授與工作相關的知識與技能，並分享經驗。針對崗位能力要求，開發對應的標準課程，賦能各個序列的員工，持續提升個人業務能力。
- 通用能力：**以公司人才觀為基礎，針對溝通表達、執行力、團隊合作、追求卓越、邏輯分析五個方面進行課程開發與培訓，全面提升員工通用能力。
- 領導力發展：**結合訓練營的形式，提升員工管理技能，提供管理工具，滿足不同級別管理人員的能力提升需求，塑造領導力。

五、攜手員工成長

2類授課渠道：

1. **線上培訓**：我們搭建自主研發的在線學習平台，不斷擴充公司級、部門級以及其他公開課程，打造資源豐富的內部課程知識庫，鼓勵員工自主學習。截至2024年末，學習平台已開設152門線上課程，覆蓋從初級入門訓練到進階能力提升的各個階段。
2. **線下培訓**：我們向員工提供面對面課程、分享會、概念教學、動手實踐等，通過多樣化的培訓手段提升培訓效果。看準各分公司均設置專職培訓崗位，截至2024年末，公司已開設331門各類課程，覆蓋從新員工入職訓練到管理者管理能力提升的各個階段。

此外，公司在鼓勵員工深造方面進行規劃，致力於為公司員工提供學位課程及專業證書認證支持，幫助其提升個人能力，發掘更多潛在價值。

為體系化地完成人才培養過程，我們以蒲公英計劃、基石計劃等各類培訓項目為單元，通過各項目單元的協同推進，建立綜合的人才培養體系，以幫助新員工快速融入工作環境，幫助在職員工提升業務能力，助力各級管理者提升管理能力。

(1) 新員工培訓

公司關注新員工入職後的成長與發展，我們引入「蒲公英計劃」「校招生培養」等一系列新人培訓項目，在入職初期幫助新員工快速融入工作環境。2024年，公司為校招新員工、社招新員工及銷售新員工分別設計了針對性的培訓計劃，新員工培訓共計2,500人次參與。

蒲公英計劃

- **培訓對象**：社招新入職員工
 - **培訓內容**：公司為新員工配備職業教練，提供企業文化、管理規範、業務能力等多方面的培訓，幫助新員工適應工作節奏、快速上手工作內容。
 - **亮點成果**：2024年，蒲公英計劃共幫助963新員工順利轉正。
-

五、攜手員工成長

校招生培養

- **培訓對象：**校招新入職員工
- **培訓內容：**為發掘年輕高潛人才，公司在2023年推出新版「校招生培養」項目以快速篩選出符合公司價值觀、可獨當一面的年輕人才。校招生培養項目共設三個階段，新員工在專業導師的帶領下，通過通用能力、專業能力、領導力的全方位培養，逐步提升綜合素質及能力。
- **亮點成果：**2024年，公司共開展3期校招生培養計劃，培養對象61人，轉正57人。

銷售新訓營

- **培訓對象：**銷售部新入職員工
- **培訓內容：**開展「走進行業，走進公司，走進崗位」的「三重門」新訓營，內容覆蓋文化融入、產品知識和業務技能等方面，通過課程、訓練、遊戲、實戰等培訓形式，帶領新員工系統學習專業知識。
- **亮點成果：**2024年，我們共開展18期新訓營，參訓人次達1,630人。



校招生培訓

(2) 職業技能提升培訓

公司持續關注員工職業發展，緊密圍繞現有業務實踐中的具體需求與未來發展的潛在挑戰，建立系統化培訓資源。我們通過開展崗位技能強化培訓與跨領域知識拓展課程，助力員工有效提升崗位勝任力。2024年，我們通過基石計劃、線上業務培訓、銷售技能培訓等培訓途徑，幫助在職員工提升其通用技能、專業技能。

五、攜手員工成長

基石計劃

- **培訓對象**：全體在職員工
- **培訓內容**：為提升員工綜合素質，使員工能夠勝任對應崗位，公司開展基石計劃，助力員工「通用力」提升，並根據不同崗位與職級的任職資格，搭建包括5大分類、22門課程的通用力課程體系。我們設置包括線上體驗、線下互動、案例收集、經驗分享、小組PK等培養流程，幫助員工更好地掌握知識與技能。
- **亮點成果**：2024年，共計811人次參與線上線下通用培訓項目。

知識、技能、素質 提升課程

- **培訓對象**：全體在職員工
- **培訓內容**：涉及前沿技術進展、產品方法論、行業動態等熱點話題。在幫助各序列員工提升專業能力的同時，有效促進員工間分享交流。
- **亮點成果**：截至2024年末，公司學習平台共上線214門業務類課程，全部由公司內訓師與業務骨幹研發。報告期內，新上線20門課程，超過1,000人次上線學習。

銷售技能提升培訓

- **培訓對象**：全業務線銷售崗位員工
- **培訓內容**：根據客戶特點、客戶需求開展銷售技能的提升訓練。
- **亮點成果**：2024年，公司在業務線分銷售階段設置必修課，銷售崗位員工在入職的第4-6個月需完成兩門標準課程學習並通過知識點考核，同時結合線下實戰應用，確保基礎銷售技能的扎實掌握；對於入職滿12個月的銷售崗位員工，需要在入職滿一年後的3個月內完成三門進階課程的學習與考核。

(3) 繼任者培養及管理能力提升培訓

公司重視員工管理能力的培養，建立管理人才梯隊培養機制，啟動「儲備管理者訓練營」「管理充電站」等繼任人才培訓項目，將有意願在管理崗位上深入發展的員工作為公司發展的後備軍，給予重點關注，為公司穩定運營儲備管理人才。

五、攜手員工成長

-
- 儲備管理者訓練營**
- **培訓對象：**潛在高、中、基層管理者
 - **培訓內容：**為即將進入管理崗位的員工提供崗位實踐機會，並配備優秀導師，幫助員工拓展視野、鍛煉管理技能。儲備管理者訓練營以面授課程與實踐學習相結合的方式，為員工提供管理職責認知、目標管理、業績管理、面試識人、員工激勵等方面的能力訓練。
 - **亮點成果：**2024年，該項目共培養20名高素質的團隊成員，其中16人通過競聘，承擔管理工作。
-
- 管理充電站**
- **培訓對象：**基層管理者
 - **培訓內容：**公司基於管理者勝任力「組長三件套」模型，為管理者提供涵蓋管理職責認知、目標管理、業績管理、員工激勵等核心領域的培訓，使得其管理理念與企業戰略及價值觀保持一致。培訓採用線上自學、線下面授、實踐學習、管理諮詢等方式，助力管理者拓展視野、鍛煉實踐能力，並在實際工作中應用所學，不斷優化管理實踐。
 - **亮點成果：**2024年該項目共計培養49名基層管理者，其中3人成績優異，評為優秀學員。
-
- 通用力線上課程**
- **培訓對象：**全體員工
 - **培訓內容：**面向各職級、各序列的員工，我們圍繞溝通表達、執行力、團隊合作、追求卓越、邏輯分析五大方面開展培訓，全面提升員工自我領導能力，以及領導團隊的能力。
 - **亮點成果：**2024年，共計2,008人次參與線上學習。
-



員工管理能力提升培訓

五、攜手員工成長

(4) 其他培訓

為進一步提升員工的培訓、面試及職場輔導能力，公司基於實踐經驗，建立了一套全面的認證體系，該體系涵蓋內訓師認證、面試官認證及直廠新員工教練(Guide)認證，以推動員工在內訓能力、面試能力和職場輔導能力上的協同發展與提升，全方位賦能專業人才。

內訓師認證

- **培訓對象**：全體在職員工
- **培訓內容**：我們完善內訓師培養體系，開發內部講師認證課程及系統，為不同級別和專業領域的講師提供內部認證，賦能業務專家，實現對於專業知識的萃取、沉澱與傳承。
- **亮點成果**：截至2024年末，公司共有61位內訓師取得認證，其中初級內訓師59人，中級內訓師2人，公司內訓師團隊共研發了30門課程。2024年，內訓師授課時長1,545餘小時，開展線下培訓843場，覆蓋6,969人次。

面試官認證

- **培訓對象**：全體在職員工
- **培訓內容**：面試官培養是保障企業人才質量的重要手段。2024年，我們持續完善面試官培養體系，發佈了面試官手冊作為面試官工具書，結合公司實際運營情況升級線上系列課程，幫助面試官提升面試能力。
- **亮點成果**：2024年，公司共計1,200餘人次參與面試官認證線上視頻課程，70人通過面試官認證，共覆蓋5個專業序列，為業務初面的正常開展提供了充分的人員保障和技術保障。

直廠新員工教練(Guide)認證

- **培訓對象**：全體在職員工
 - **培訓內容**：直廠新員工教練(Guide)旨在幫助試用期員工融入團隊並熟悉工作內容，以達成試用期目標。我們為Guide設置了完善的培養及認證機制，賦能Guide實現理論、实操、職場輔導等方面的全方位提升。
 - **亮點成果**：2024年，61人成功通過Guide認證考核，經過Guide培養並成功轉正的新員工共計93人。
-

五、攜手員工成長

本年度，公司員工培訓數據如下：

員工培訓 ¹³ 指標		單位	2024年
員工平均培訓時長		小時	45.90
按不同層級劃分的員工平均培訓時長	高級管理層員工平均培訓時長	小時	3.00
	中級管理層員工平均培訓時長	小時	21.90
	初級管理層員工平均培訓時長	小時	115.04
	普通員工平均培訓時長	小時	35.06
按性別劃分的員工平均培訓時長	男性員工平均培訓時長	小時	54.45
	女性員工平均培訓時長	小時	36.73
受訓員工百分比		%	100
按不同層級劃分的受訓員工百分比	高級管理層員工受訓百分比	%	100
	中級管理層員工受訓百分比	%	100
	初級管理層員工受訓百分比	%	100
	普通員工受訓百分比	%	100
按性別劃分的受訓員工百分比	男性員工受訓百分比	%	100
	女性員工受訓百分比	%	100

4. 留：促進人才留任

我們期望全方位提升員工幸福感與歸屬感，實現人才的長期留任。公司優化薪酬體系，激發員工積極性；強化員工健康與安全保障，營造安心的工作環境；積極開展員工溝通，悉心聽取員工意見；舉辦多彩活動，增進團隊凝聚力。

(1) 員工激勵

公司建立以促進績效提升為導向的激勵制度，為員工提供具有行業競爭力的薪酬，持續激勵優秀人才。我們與員工共享企業發展成果，向員工提供多元化福利，營造溫馨的工作氛圍，切實提升員工的幸福感和滿意度。

① 薪酬與激勵

我們秉持同工同酬理念，制定《薪酬獎金制度》《獎懲和勞動紀律規定》，根據員工職級、崗位情況和個人能力確定合理並有市場競爭力的付薪水平。我們基於員工業績貢獻確定激勵力度和加薪幅度，並為員工提供年終獎金以及「CEO嘉獎」「特殊貢獻獎」等公司級獎勵，與員工共享公司發展成果，激發員工工作積極性。

公司還建立長期激勵機制，根據最新《股權激勵計劃》，向所有對公司長期成長作出重要貢獻的員工授予股權激勵。詳情請參考公司2024年度年報。

¹³ 員工培訓指標統計範圍僅包含全職員工

五、攜手員工成長

② 員工福利

我們為全體員工提供多維度的福利，開展多樣化活動豐富員工的業餘生活，着力構建包容性組織文化，促進員工價值認同與組織歸屬感。我們關注職場中不同群體的需求並提供幫助與關懷，塑造多元與包容的氛圍。

(1) 基礎福利

- **合理休假**：公司制定並落實《休假制度》，持續加強員工福利體系建設，努力提升員工的歸屬感與幸福感。
- **補充保險**：我們為全職員工提供五險一金等法定福利，並繳納補充商業醫療保險。
- **免費體檢**：我們為全職員工提供免費年度體檢。
- **慰問與援助**：公司設有員工慈善基金會，為員工及員工家屬提供重病關懷、節假日慰問以及應急援助服務，幫助員工渡過困難。

(2) 活動慶祝

- **節日及生日活動**：公司在傳統節日、生日、工作紀念日等重要日期為全體員工發放定制禮品、組織抽獎活動，提供有溫度的福利和關懷。
- **團建及文化活動**：我們舉辦了戶外團建、「青年日」、廚藝大賽等活動，讓員工在工作之餘放鬆身心，緩解職場壓力。
- **週年活動**：我們在公司週年紀念日慶祝活動上，根據不同任職期限向員工贈送禮品，以感謝員工的長期貢獻。

(3) 多元關懷

- **女性員工關懷**：我們關心女性員工健康，為女性員工額外提供生理期帶薪休假。我們充分考慮員工需求，為「職場媽媽」提供懷孕檢查假、產假、哺乳假、育兒假等休假福利及特殊津貼。
- **少數民族員工關懷**：我們尊重不同民族員工的宗教信仰和文化，為少數民族員工提供宗教節日假期。
- **退伍軍人關懷**：我們積極助力退役軍人就業，為其提供風險管理、質量控制、行政、安保等多種崗位。

五、攜手員工成長



員工集體戶外團建



舉辦內部廚藝比賽活動

(2) 員工健康與安全

公司依據《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國安全生產法》《工傷保險條例》等法律法規，制定《消防安全管理制度》，着力打造安全、舒適的工作環境，預防工作場所安全事故的發生，傳遞積極、健康、快樂的生活理念。

① 職場安全

看準依據員工健康與安全相關法律法規，制定覆蓋公司全部業務線及員工的《消防安全管理制度》。公司組建安全組並在各職場中設置職場安全員，不斷加強安全管理。我們還根據員工反饋，持續完善公司安全管理體系。

我們定期識別、評估辦公場所內潛在的職業健康與安全風險，形成風險管控優先級排序清單，切實保障員工健康與安全。我們對全體員工定期開展消防安全、滅火器知識、緊急救助等安全相關培訓，強化員工風險識別、初期處置及緊急避險等核心安全技能。2024年，我們針對北京總部安全員集中開展了消防安全培訓以及職場安全隱患排查培訓，提高安全員的知識儲備、專業素養與應急處理能力。

2024年，員工因工傷損失天數¹⁴為712天。其他員工健康與安全指標如下表所示：

健康與安全指標	單位	2024年	2023年	2022年
因工亡故人數	人	0	0	0
因工亡故員工比率	%	0	0	0

¹⁴ 員工因工傷損失天數主要由於員工上下班交通、辦公室摔傷等原因導致，已經當地人力資源與社會保障局認定

五、攜手員工成長

② 員工身心健康

為保障員工的身體健康，我們在全國範圍內共設有2,000平方米的健身房，並成立員工健康中心（People Health Care Center，PHCC），為員工量身定制包括個人訓練、團體課訓練、理療康復等健康活動管理課程，普及健康知識。2024年，PHCC共組織線下團體課程及團建課程約6,755小時，吸引3,289名員工參與健身課程，累計服務82,584人次。2024年，PHCC共面向員工發佈了48篇與身體健康相關的新媒體推送，旨在向員工傳遞健康知識，提高員工的健康意識。

我們始終關注員工的心理健康，設立心理關懷服務中心（Psychological Service Care Center，PSCC），PSCC由專業顧問組成，面向全體員工提供1對1心理諮詢、管理諮詢、定制化部門課程、管理者培訓課程、體驗式團輔活動、特色化主題活動等高質量身心健康服務，以提升公司員工的幸福能力，激發員工的幸福體驗；服務管理者和組織成長，促進企業持續發展。2024年，PSCC共開展57場團輔活動，覆蓋約700人次。開展103場部門培訓，覆蓋約1,621人次，開展3場社群活動，覆蓋約500人次。



PSCC培訓課及活動室

五、攜手員工成長

(3) 員工溝通

我們高度重視員工溝通與反饋，認真傾聽員工聲音。我們致力於為員工提供暢通的申訴反饋渠道，對申訴人及其申訴信息嚴格保密，並採取必要手段保護申訴人的人身安全和合法權益。公司及時響應員工訴求、意見建議及舉報事項，持續跟進解決方案，確保反饋事項得到有效處理形成完整閉環，切實維護員工參與治理的合法權益。2024年，公司收到的所有員工反饋問題均已得到妥善解決。

員工申訴與處理流程

- **覆蓋對象**：公司面向全體員工（包括正式員工、實習生、兼職員工及合同工），各方可就侵害勞工權益以及其他人力資源相關問題進行申訴。
- **申訴渠道**：公司全體員工可以通過人力資源部、工會等渠道，以口頭、郵件、內部App等方式提出申訴。
- **受理流程**：若員工對薪酬或績效獎金發放結果存在任何異議，可在收到工資條的3個工作日內以郵件的形式向人力資源部門進行諮詢或提出申訴，由薪酬團隊負責對接處理。申訴接收後，公司將依據《休假制度》《考勤制度》《薪酬獎金制度》對申訴進行核實與調查，並在5個工作日內予以反饋，確保員工問題得到及時、公正的解決。針對職場性騷擾行為，公司工會所屬女職工委員會負責統籌領導該工作，行政服務中心負責確立並實施安全保衛措施，人才發展中心負責開展預防和制止性騷擾教培活動。根據情節嚴重情況，公司將對違規者採取警告、批評或解除勞動合同等處理方式。
- **申訴人保護機制**：我們對申訴人的個人信息及申訴內容嚴格保密，保障申訴人的合法權益。我們將保障申訴人不會因為申訴而遭受任何不公平的解僱、迫害或未經授權的紀律處分。

五、攜手員工成長

公司銷售部每月面向全體員工開展組織活力度調研，員工通過填寫調研問卷表達對工作環境、工作體驗、價值觀、公司發展等多方面的看法與建議。結合調查結果，公司將有針對性地改進。本年度共7,318人次參與活力度調研，其中85%的員工在調研中展現積極評價，整體滿意度與活力度整體呈穩定趨勢。在調研中，94%的員工對公司直線上級表示滿意。

此外，公司還成立了工會，維護員工合法權益。截至2024年12月31日，公司內部有逾800名員工為工會會員。

2024年，公司員工流失指標如下表所示：

員工流失 ¹⁵ 指標	單位	2024年
員工流失率 ¹⁶	%	27.22
按性別劃分的員工流失率		
男性員工流失率	%	24.38
女性員工流失率	%	30.04
按年齡劃分的員工流失率		
30歲及以下員工流失率	%	31.80
31歲－50歲員工流失率	%	8.34
51歲及以上員工流失率	%	0.00
按地區劃分的員工流失率		
中國大陸地區員工流失率	%	27.25
港澳台地區員工流失率	%	21.43
境外（非中國大陸及港澳台地區）員工流失率	%	0.00

¹⁵ 員工流失率指標統計範圍僅包含全職員工

¹⁶ 員工流失率=報告期內自願離職正式員工數／(報告期末正式員工數+報告期內自願離職正式員工數)*100%

踐行綠色發展

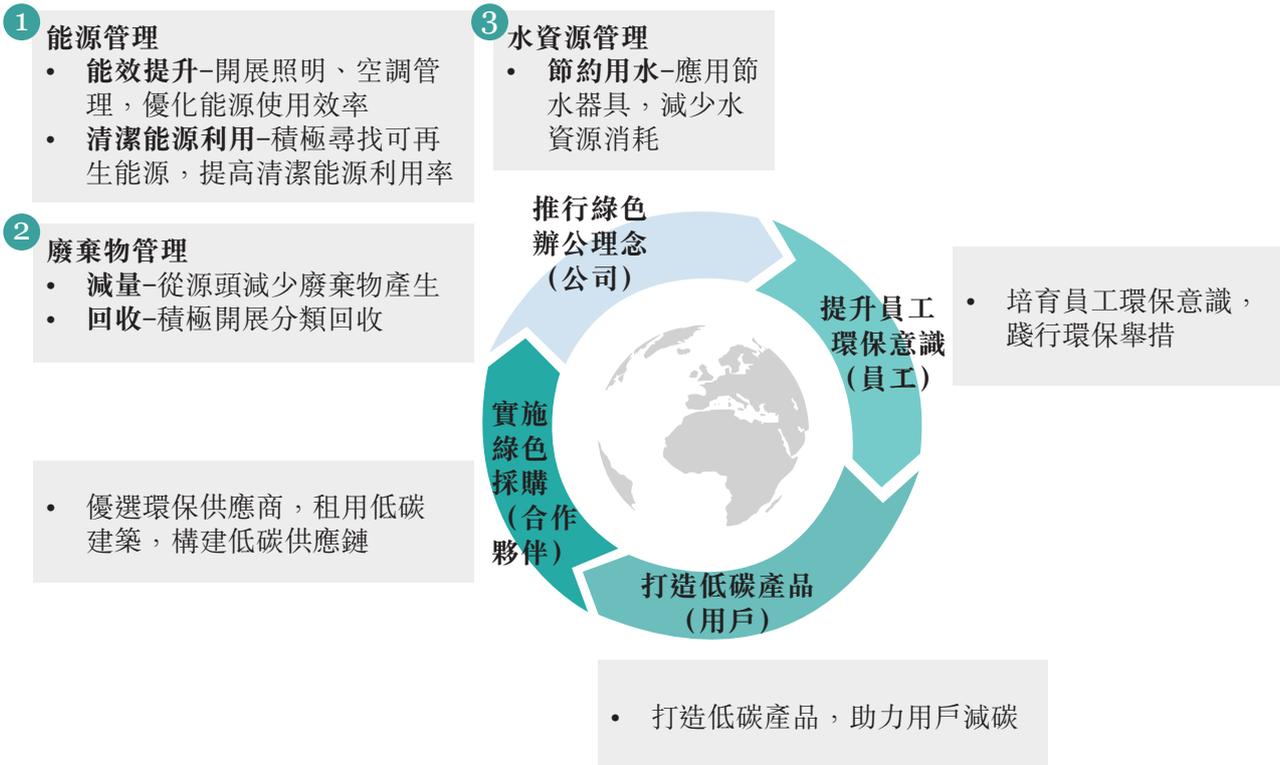


六、踐行綠色發展

公司積極響應國家碳達峰碳中和目標，將應對氣候變化和踐行綠色發展理念深植於日常業務運營之中，致力於在減少自身碳排放的同時，為用戶提供綠色低碳產品和服務，助力用戶降低碳排放，共同推動社會實現可持續發展。

（一）加強環境管理

公司嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢棄物污染防治法》等法律法規，始終堅守最大限度保護運營地環境及自然資源的承諾，致力於實現全價值鏈的綠色運營。我們形成了涵蓋公司運營、員工、用戶及合作夥伴的環境管理理念，攜手利益相關方，共同加強對於環境及自然資源的保護與高效利用。



看準環境管理理念

六、踐行綠色發展

為了更好地貫徹我們的環境管理理念，我們定期評估公司運營對環境及天然資源的影響，制定環境目標，並每年評估目標的實現情況。公司對於環境的影響主要源於辦公樓及租賃數據中心日常運營產生的碳排放及廢棄物。公司主要的資源使用包括公司日常辦公及運營所消耗的電力、水資源和紙張。此外，本公司在求取適用水源方面沒有任何問題。為了最大程度地降低我們的環境影響，看準制定了切實可行的環境目標。

看準2023年環境目標及進展

類別	目標	單位	2024年績效	目標年	目標狀態
節能減排	公司北京辦公樓於2021年開始將工區用燈逐步換成節能LED燈，預計2025年實現工區內90%以上是LED燈。	%	> 86%	2025年	持續進行中
節約用水	截至2026年底，公司北京辦公樓的自建衛生間、茶水間全部使用節水型水龍頭。	%	100	2026年	2024年已達成，持續進行中
減少廢棄物	自2023年起，我們所有運營地辦公樓所產生的有害廢棄物將100%交由有資質的回收商進行回收。	%	100	2024年及以後	2023及2024年已達成，持續進行中
	截至2024年底，公司所有運營地將100%採購具有FSC ¹⁷ 認證的打印紙張。	%	100	2024	已達成
	自2023年起，公司在北京的辦公樓將100%實現垃圾分類處理。	%	100	2024年及以後	2023及2024年已達成，持續進行中

¹⁷ FSC全稱Forest Stewardship Council (森林管理委員會) 成立於1994年，多年來一直致力於改善全球的森林經營狀況。FSC認證產品支持負責任經營的森林。產品上的FSC標識，意味着其生產過程遵守了一系列嚴苛的要求，符合環境適宜、社區有益、經濟可行的標準

六、踐行綠色發展

看準2024年新設立環境目標

類別	2024年目標	單位	目標年
節能減排	公司100%採購具有節能環保資質認證的網絡設備。	%	2025年及以後
	截至2025年底，公司採購的具有節能環保資質認證的服務器佔比將不低於99.97%。	%	2025年
	截至2030年底，公司租賃的數據中心年均PUE值將不高於1.24。	不適用	2030年

註：公司的溫室氣體排放主要源於公司運營所產生的能源消耗，在已經訂立的節能減排目標的基礎上，本年不再單獨訂立減少溫室氣體排放的目標。

1. 打造低碳產品

我們將綠色環保理念融入產品和服務，通過為用戶提供綠色產品，支持用戶減少碳排放。

通過打造中國最大的在線招聘平台，我們為企業招聘和個人求職者提供具備綠色屬性的產品及服務。我們支持在線發佈電子招聘信息、編輯個人簡歷，為企業端用戶和求職者搭建在線溝通、面試、錄用的一站式平台。利用業務的獨特性，我們減少了求職者和用人單位面對面的招聘、面試等由於傳統面試導致的差旅和面試通勤產生的溫室氣體排放，還減少了招聘公告、個人簡歷和錄用通知的紙張使用。同時，我們利用智能匹配算法，通過AI和大數據技術精準匹配職位與候選人，減少無效招聘流程，節約時間和資源。

公司將求職者招聘者雙方在平台上交換一次有意向的簡歷記為「達成」¹⁸，平台2024年有約18.5億人次的用戶在平台上實現企業與求職者的雙邊達成，可類比為全年減少約18.5億份紙質簡歷的投遞。公司運營的BOSS直聘app的2024年全年平均月度活躍用戶(MAU)達53.0百萬，同比增長25.3%，平臺平均每月平台共發生60億句聊天，極大程度上將求職者與招聘者原本的線下交互轉為線上。

¹⁸

達成指招聘企業與求職者在平台上成功交換簡歷或聯繫方式

六、踐行綠色發展

2. 推行綠色辦公理念

公司制定《綠色辦公－我們在行動》和《竭盡所能－讓地球少「碳」氣》等內部制度，發佈針對各類辦公設備的操作細則，致力於將環保理念植根於日常運營的每個環節，通過建立系統化的管理和常態化的監督機制，持續提高環境管理的標準與水平。我們積極踐行綠色低碳理念，北京華品博睿網絡技術有限公司已於2024年8月再次通過ISO 14001環境管理體系審核。



公司獲得ISO 14001環境管理體系認證證書

(1) 能源管理

我們在持續提升能源使用效益、減少能源浪費的同時積極利用清潔能源，旨在構建高效、環保的能源體系，降低碳排放。

① 能效提升

我們致力於合理利用能源，不斷強化辦公樓用電管理，並持續提升能源使用效率。我們建立了月度以及季度職場用電量盤點機制，及時發現用電異常的職場及辦公區域，並開展用電情況分析以識別潛在節能點。我們通過用電行為管理、設備優化等多種方式，以最大限度地減少不必要的能源浪費。

六、踐行綠色發展

看準辦公節能措施

用電行為管理：

- 我們制定了針對空調、照明及其他辦公用能設備的操作細則，在保障運營效率及員工舒適辦公的前提下精細化地管控能源消耗。
- 我們按季節以及辦公時間，規定空調系統的運行參數與狀態：春、秋季節盡量選擇自然通風，夏天空調溫度不低於26度，冬天空調溫度不高於20度。
- 公司安排專人定期巡檢用電設備的使用情況，在非辦公時段關閉不必要的設備，減少設備待機能耗。
- 定期檢查空調設備的工作情況，如通風口、濾網等部件是否被灰塵堵塞，確保空調系統的正常運行，降低能耗。

設備優化：

- 我們逐步擴大LED節能型燈具及感應式智能控制開關的使用，減少傳統高耗能用電設備的使用佔比。
- 公司辦公樓部分停車場中安裝感應燈具，避免無效照明，進一步降低能耗。
- 公司辦公樓部分空調採用冰蓄冷系統，滿足建築物降溫需求的同時減少空調電力負荷。
- 對公司辦公樓的窗戶加裝密封條，避免室內溫度的損失以減少空調使用。
- 北京總部大廈使用中央空調節能系統，全年綜合能效SCOP¹⁹高達6.1，平均單位能耗85 kWh/(m²·a)，比同類大廈節能約25%。
- 北京總部大廈安裝超白三銀玻璃幕牆，隔熱率達97%，有效避免室內外的熱交換，節約空調用能。

¹⁹ SCOP(Seasonal Coefficient of Performance)季節性性能系數，用於評估空調或製冷系統在特定季節或時間段內的能效。SCOP值越高，則表示設備的能效越好

六、踐行綠色發展



節能節電標識

② 清潔能源利用

日常運營中，我們在力求減少不必要的傳統化石能源使用的同時，積極擴大清潔能源的使用佔比。我們高度關注清潔能源技術的發展，並在運營過程中盡可能應用清潔能源。

③ 綠色辦公認證

在辦公區域租用方面，公司優先選擇具有綠色認證的辦公樓宇。重慶公司租用的辦公樓宇獲得了西南地區「LEED既有建築：運營與維護(O&M)鉑金認證」及ISO 14001環境管理體系認證；深圳公司租用的樓宇擁有「LEED鉑金級建築運營(或O&M)認證」「新國標綠色建築三星認證」及「WELL-HSR健康安全評價認證」；福州公司租用的辦公大樓也獲得了國際認可的「LEED金級認證」；杭州公司所在辦公地也通過了ISO 14001環境管理體系認證。

六、踐行綠色發展

(2) 廢棄物管理

我們通過應用線上辦公軟件、辦公設備循環利用等方式，從源頭減少廢棄物的產生。我們還積極開展廢棄物分類回收，避免有害廢棄物對環境造成污染，實現資源循環利用。我們採購具有FSC認證的辦公用紙，以支持可持續森林建設及生態保護工作。

① 減量

我們積極採取無紙化辦公手段，推廣應用線上辦公平台，鼓勵員工傳輸電子辦公文件、召開線上會議、應用電子審批等，減少不必要的紙張消耗。在必要打印時，我們鼓勵員工優先使用雙面打印和黑白打印。我們還積極倡導辦公家具、設備的循環使用，採購有線鼠標、太陽能計算器等辦公用具減少電池使用，減少資源浪費，降低環境污染，推動綠色辦公理念深入人心。



節約用紙宣傳海報

六、踐行綠色發展

② 回收

我們在北京等職場設置了分類垃圾桶，並嚴格實施垃圾分類管理。對於辦公區域產生的有害廢棄物和報廢電子設備，我們採取分類收集及統一處理的方式，確保廢棄物得到妥善處理。我們確保有害廢棄物均交由具有相關資質的回收商進行無害化處置。公司有害廢棄物主要包括辦公過程產生的硒鼓、墨盒等。



辦公家具、設備循環使用



垃圾分類

(3) 水資源管理

為踐行節約水資源的環境承諾，本年度，我們在更多辦公區域安裝節水衛生器具及配件，並持續提升感應式出水節水潔具的使用比例。同時，我們也高度重視用水設備的日常管理和維護，對用水設備開展定期巡檢。一旦發現器具存在漏水情況，我們將及時向物業反饋並開展維修，以減少不必要的水資源浪費。此外，公司北京三星大廈職場還具有雨水回收及淨化處理裝置，該裝置能夠有效地收集雨水，並通過過濾、除沙等處理流程，將其轉化為適用於植被澆灌的清潔水源，實現水資源的循環利用。



01. 感应水龙头

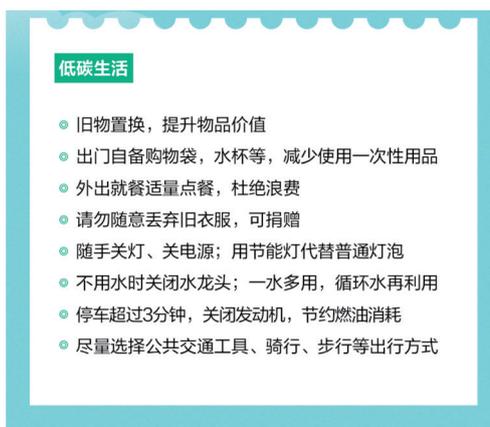


公司安裝感應水龍頭並張貼節水提示

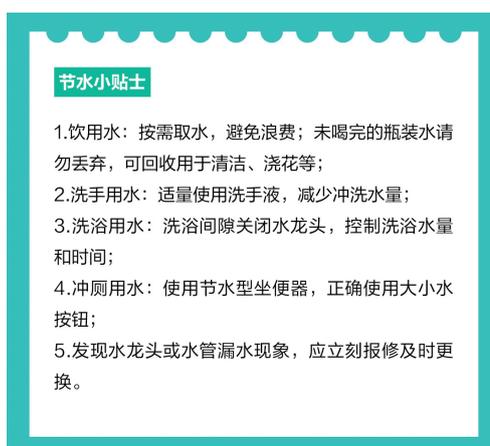
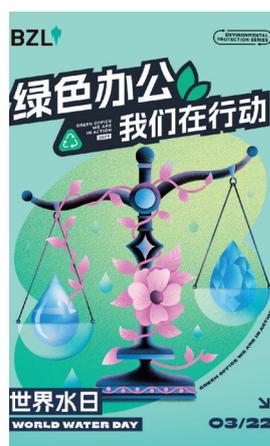
六、踐行綠色發展

3. 提升員工環保意識

為了深化員工的環保意識，我們製作了《綠色辦公－我們在行動》和《竭盡所能－讓地球少「碳」氣》等內部制度及宣傳材料，定期開展員工環保意識培訓，鼓勵員工踐行綠色辦公理念。我們還利用企業內部員工溝通平台的行政號積極推廣環境保護相關內容，在辦公樓張貼環保標語，在電器和用水設施周邊張貼節電、節水標識，以提升員工環保意識。此外，我們還鼓勵員工盡可能採用公共交通、步行或騎自行車等方式低碳出行。



低碳生活方式宣傳海報



節水宣傳海報

六、踐行綠色發展



綠色辦公宣傳海報

(二) 應對氣候變化

我們深知氣候變化對全球環境和人類社會所帶來的深遠影響，為此，我們持續加強氣候變化管治，將氣候變化納入公司風險管理，定期識別氣候變化為公司帶來的風險與機遇，並制定應對措施，為保護生態環境、實現企業與社會的可持續發展做出貢獻。

1. 氣候相關治理

為統籌管理氣候變化事宜，公司不斷健全風險管理能力。董事會審計委員會考慮並監督氣候風險相關事宜。報告期內，審計委員會已審閱了看準的年度碳排放情況、氣候相關風險及機遇的類型、影響與應對措施。ESG工作小組與相關部門配合進行氣候變化相關工作，具體職責包括日常氣候風險和機遇的識別與評估，以及協調各部門共同推進氣候變化相關工作。同時，公司定期為審計委員會和管理層安排氣候變化相關的培訓，旨在幫助他們深入理解氣候專業領域知識，並提升其在這一領域的勝任能力。

2. 氣候相關戰略

基於氣候相關財務信息披露工作組對於氣候變化風險與機遇的分類，結合與公司相關業務部門的研討與判斷，我們初步識別了公司當前的氣候風險與機遇，並持續完善風險應對措施及機遇實現路徑。公司氣候風險與機遇類型、潛在影響和應對措施如下表所示。未來，我們將繼續提升氣候風險和機遇的應對與管理能力，加速企業的低碳轉型進程，積極應對氣候變化。

六、踐行綠色發展

2024年，我們參考氣候情景分析的方式，結合權威機構²⁰對不同升溫情況下自然環境與經濟社會變化的預測，以及公司內部已識別的氣候相關風險與機遇事件，進一步細緻梳理辦公運營和租賃數據中心在不同時間周期²¹下所面臨的氣候風險與機遇。同時，我們結合業務部門的反饋，對風險和機遇的發生概率及影響程度進行綜合評估，明確風險應對的優先級，從而為公司制定更加全面、有效的應對措施提供支撐，提升氣候韌性。

在實體風險方面，氣候變化引起的極端天氣的頻率及嚴重程度增加（急性風險）以及帶來的平均氣溫上升（慢性風險）可能對公司帶來潛在業務影響，但整體風險水平較低。

風險類型	風險影響	時間範圍	應對措施
實體風險	<p>立即性——極端天氣的頻率及嚴重程度增加</p> <p>極端天氣頻率增加可能導致公司員工無法正常通勤，甚至威脅員工的安全，進而降低公司生產力，對公司利潤水平可能造成負面影響。</p> <p>此外，公司辦公設備、公司租賃的數據中心服務器可能會因洪災等極端天氣而損壞，導致公司無法正常開展業務，進而增加公司設備維修成本和設備折舊，增加公司營業成本。</p>	中期、長期	<p>我們制定《防汛應急預案》《看準集團業務連續性管理辦法》，配備專業應急和救援設備，定期對員工開展災難應急演練及安全救援方面培訓。</p> <p>我們設置了數據中心災備措施，包括備份和恢復策略、容災方案、應急響應計劃等。這些措施可以在數據中心發生故障或災難時，快速恢復數據和業務應用，保障業務的連續性和數據的完整性。</p> <p>此外，我們為公司資產購置保險，減少因意外事故帶來的企業經濟損失。我們已為北京的三星職場辦公室購買了平安公眾責任險。</p>
	<p>長期性——平均氣溫上升</p> <p>平均溫度升高可能導致公司租賃的數據中心增加製冷設備數量，或更換更高效的製冷設備，以維持服務器的正常運轉。公司可能需要支付更高的電費或數據中心租賃費，進而導致公司營業成本增加。</p>	中期、長期	<p>我們將氣候變化應對能力納入數據中心供應商的篩選過程中，優先選擇採用高效製冷技術、在建設階段考慮環境影響、PUE等指標較低的供應商。</p>

²⁰ 公司參考的主要氣候變化趨勢預測包括聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)、國際能源機構(IEA)、央行與監管機構綠色金融網絡(NGFS)等權威機構發佈的研究成果與報告，以及其中關於不同排放情況的描述

²¹ 綜合考慮公司業務規劃、氣候相關披露標準與管理建議等，我們將時間劃分為三個階段：短期為報告期結束後1年以內（含1年），中期為報告期結束後1年至5年（含5年），長期則為報告期結束後5年以上。以此對不同時間段內公司業務發展受氣候變化影響的情況進行合理、全面的評估

六、踐行綠色發展

在轉型風險方面，公司識別出的主要風險來自於社會低碳發展要求所帶來的政策及法律風險，但整體風險等級較低。

風險類型	風險影響	時間範圍	應對措施
轉型風險 政策和法規	隨着全社會對氣候變化議題關注程度的持續提升，國內外政府及證券交易所可能會實施更加嚴格的氣候政策，如要求企業披露範圍三碳排放數據、開展氣候變化情景分析並測算財務影響、將公司所屬行業納入碳排放交易市場等。企業將面臨更嚴苛的合規環境，這可能導致企業的合規成本增加。	中期、長期	我們密切關注氣候變化相關政策，及時評估政策對公司的影響，以盡快採取改進措施。我們通過形成內部工作小組並定期開展內部溝通與培訓、聘請外部專家顧問開展碳盤查項目等方式，持續提升公司的碳排放信息統計能力以及氣候信息披露水平，提前響應政府及監管機構對上市公司氣候變化應對的關注。

低碳發展為公司帶來了提升資源利用效率、採用低排放能源以及提供綠色產品和服務（提升市場需求）等多重機遇。為此，公司將積極謀劃並部署相關措施，以充分把握這些潛在的發展機遇²²。

機遇類型	機遇影響	時間範圍	應對措施
機遇 技術	隨着可再生能源利用、能效提升等方面的新技術發展，公司可能有機會以更低的成本開展節能減排專項改造、擴大清潔能源使用佔比、更換電動商用車，以實現公司碳排放的進一步降低。	短期、中期、長期	我們將更加細緻地研判國內外技術變化形勢，提高公司技術部署的戰略水平。在新樓宇的設計建造過程中，我們將採用先進的綠色建築技術、採購低能耗的設備，以降低節能改造成本。我們還將定期跟蹤可再生能源市場動態，與辦公樓宇物業公司合作，在條件允許的情況下逐步提升清潔能源使用佔比。我們還將主動研究低碳解決方案，積極吸納相關領域人才，以降低企業的碳排放。

²² 針對氣候相關機遇的具體財務影響，考慮到涉及公司敏感業務計劃和戰略部署，我們採用氣候相關機遇商業敏感寬免披露的準則條款

六、踐行綠色發展

機遇類型	機遇影響	時間範圍	應對措施
市場需求	<p>我們提供的線上招聘業務有助於企業端用戶減少其因招聘環節而產生的溫室氣體排放。此外，作為互聯網平台企業，我們擁有強大的技術實力、用戶基礎以及渠道優勢，可以通過分析企業端用戶在低碳招聘與僱傭方面的需求，快速、有針對性地為其提供數字化綠色轉型服務。</p> <p>隨着綠色轉型在全球市場的重視程度得以提升，企業端用戶將更加關注自身的綠色發展水平及效益。越來越多的企業將採購公司的低碳產品，進而為公司帶來收入的增長。</p>	中期、長期	<p>我們擁有多類線上產品及服務，協助企業端用戶在促進人力資源更為合理地配置的同時，還能協助其實現數字化綠色轉型（詳見本報告「打造低碳產品」章節）。</p> <p>此外，公司正在考慮逐步量化線上招聘環節的減碳量，帶動更多的企業端用戶進行減碳以持續提升用戶黏性。</p>

本年度，我們對各項重要的氣候相關實體風險和轉型風險進行了梳理，並評估了其可能帶來的潛在財務影響。在物理風險方面，可能面臨資產損失，如辦公樓宇因氣候因素導致的修繕維護成本增加，以及運營成本上升，例如保險費用的提高等。在轉型風險方面，可能產生因購置綠色電子設備以替換高能耗舊設備而產生的損失，以及因碳盤查服務、相關合規報告編製等產生的額外運營成本。截至目前，上述風險尚未對本公司的財務狀況產生重大影響。同時，鑒於本公司的業務運營模式穩定且規範，並已針對各項重大的氣候相關風險制定了常態化的預防措施和應對方案，我們預期這些風險未來也不會對公司的財務狀況產生重大影響。

六、踐行綠色發展

風險類別	時間範圍 ²³	氣候情景選擇 ²⁴	
實體風險	極端天氣的頻率及嚴重程度增加	2030、2050	聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的SSP2-4.5 ²⁵ 及SSP5-8.5 ²⁶ 兩個情景。
轉型風險	政策和法規	2030、2050	央行與監管機構綠色金融網絡(NGFS)發佈的「Net Zero 2050」 ²⁷ 與「Current Policies」 ²⁸ 兩個情景。

在選定的氣候情景下，公司識別出關鍵的實體風險和轉型風險。這些風險對業務和運營過程的潛在影響已在上文中詳細闡述。同時，鑒於公司已針對各項氣候相關風險制定了建設和規劃中的應對措施，整體風險處於可控狀態。

3. 氣候相關風險管理

公司已將氣候風險管理融入企業環境管理體系，依據實際業務狀況，結合情景分析、行業研究及外部專家意見，主動識別並評估各類氣候相關風險及其潛在的機遇。針對識別出的氣候相關風險和機遇，我們綜合各部門反饋，考量其發生概率及對財務、業務的影響程度，進行優先級排序，並制定相應的應對措施。我們定期對氣候相關風險進行監控，不斷提升公司應對氣候變化的能力。董事會及審計委員會持續關注氣候相關風險評估結果的報告，將其納入管理決策考量範圍，並提出針對性的管理建議。

4. 氣候相關指標與目標

本年度，我們使用世界資源研究所(WRI)和世界可持續發展工商理事會(World Business Council For Sustainable Development, WBCSD)制定的《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》核算我們的溫室氣體排放量。2024年，公司溫室氣體排放總量(範圍一、範圍二、範圍三)為87,339.88噸二氧化碳當量²⁹。

²³ 2030和2050年分析採用各個情景在時間範圍下的平均變化情況，用於評估氣候風險在不同周期下的潛在影響

²⁴ 公司在情景選擇時考慮以下因素：1) 情景可供分析的時間範圍與公司的戰略規劃時間範圍相適應；2) 情景所包含的氣候因素有效描述了公司未來可能面臨的氣候壓力

²⁵ SSP2-4.5：中等溫室氣體排放情景，反映當前社會經濟和科技發展趨勢，旨在實現可持續發展與經濟增長的平衡

²⁶ SSP5-8.5：高排放情景，假設化石燃料使用持續增加，導致全球平均氣溫大幅上升，代表以化石燃料為主的高速發展路徑

²⁷ Net Zero 2050：該情景旨在2050年前實現全球溫室氣體淨零排放，通過大規模採用清潔能源、提高能源效率、發展負排放技術等措施，推動全球經濟體系綠色轉型，以應對氣候變化挑戰

²⁸ Current Policy：該情景基於當前各國已實施的氣候政策和措施，預測未來的溫室氣體排放趨勢。然而，這些政策可能不足以實現全球溫控目標，需要進一步加強國際合作和政策力度

²⁹ 針對首次核算並予以披露的不同來源的範圍3溫室氣體排放類別，我們綜合評估並核驗各個類別的數據質量，在有實測值且能明確具體活動或商務服務項目的前提下，納入統計範圍；在沒有實測值的情況下，通過科學合理的估算方法完成計算。未來，隨着範圍3溫室氣體排放類別底層數據質量增強，數據覆蓋面和精確度將進一步得到提升

六、踐行綠色發展

以下為我們的主要環境績效指標³⁰。我們暫無自建數據中心，公司租賃數據中心的排放物、資源及能源消耗均由運營商負責。我們使用水源來自市政自來水供水，在求取水源上沒有任何問題。

碳排放指標 ³¹	單位	2024年
溫室氣體排放量(範圍一、範圍二) ^{32,33}	噸二氧化碳當量	2,801.80
人均溫室氣體排放量(範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量／人	0.55
範圍三：外購商品和服務	噸二氧化碳當量	76,658.21
範圍三：資本商品	噸二氧化碳當量	6,737.20
範圍三：燃料和能源相關活動 (未包括在範圍一和範圍二中的部分)	噸二氧化碳當量	52.12
範圍三：商務旅行	噸二氧化碳當量	1,090.55
能源資源消耗指標	單位	2024年
能源消耗總量 ³⁴	兆瓦時	5,161.96
人均能源消耗量	兆瓦時／人	1.01
有害廢棄物總量 ³⁵	噸	0.19
人均有害廢棄物排放量	噸／人	0.000036
無害廢棄物總量 ³⁶	噸	608.15
人均無害廢棄物排放量	噸／人	0.12
自來水消耗總量 ³⁷	立方米	97,273.35
人均自來水消耗量	立方米／人	18.99

關於氣候相關目標，詳細內容請見「加強環境管理」章節。

³⁰ 環境相關績效數據暫不包含2024年新收購子公司，因為該子公司在收購並完成整合後才具備環境資料測算能力

³¹ 由於業務特性，公司不涉及包裝材料的使用

³² 基於運營特性，公司的主要氣體排放為外購電力產生的溫室氣體排放，源自在中國大陸租賃的辦公室

³³ 公司的溫室氣體清單主要包括二氧化碳。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部與國家統計局刊發的《2022年電力二氧化碳排放因子》進行核算

³⁴ 能源消耗總量根據外購電力總量計算

³⁵ 公司辦公樓涉及的有害廢棄物主要包括辦公打印設備產生的廢棄硒鼓、墨盒等

³⁶ 公司辦公樓涉及的無害廢棄物主要包括生活垃圾、電子廢棄物

³⁷ 公司用水來自市政自來水管網供水，在求取適用水源上不存在問題。本年度用水量數據為根據中華人民共和國水利部《2023年中國水資源公報》中的系數進行計算而來

構建可持續供應鏈



七、構建可持續供應鏈

公司堅守綠色環保理念，奉行「服務至誠、精益求精、節能降耗、防污減排、消除隱患、保障健康」的供應商管理方針，在供應商準入、聘用、評估、維護至退出的全流程中，對供應商的環境與社會風險進行識別與評估。我們優先選擇環保、綠色的產品及服務，與合作夥伴攜手探索環境友好的商業模式，共同構建負責任、可持續的供應鏈體系。

（一）供應商準入與聘用

公司遵循《中華人民共和國招標投標法》，制定《採購及合同管理辦法》等內部制度，嚴格把控供應商準入流程和審批制度，我們在標書中列有《相關方告知書》，明確要求其在服務經營全過程中，充分考慮產品質量、環境、職業健康安全等多重因素，與公司攜手共擔保護環境、保障職業健康與安全的重任。

本年度，我們正式上線供應商管理系統，實現了供應商管理的全流程優化。在供應商準入階段，供應商可通過供應商管理系統在線提交入庫申請，詳盡填寫《供應商基本信息調查表》，並提供相關證明材料。依托這一數字化工具，我們能夠高效、精準地完成對供應商的資質審核，確保供應商的基本資質符合我們的要求。基於這些審核結果，我們建立了詳盡的供應商數據庫，為後續的供應商管理提供了堅實的數據基礎。

此外，供應商管理系統特別強調了ESG原則的貫徹落實，確保庫內供應商在多個核心領域與我們保持高度一致。具體包括：嚴禁使用童工及強迫勞動，切實保護勞工權益；積極保障職業健康和 safety，為員工創造安全的工作環境；在環境保護方面採取有效措施，減少對環境的影響；加強信息安全與隱私保護，確保數據安全；遵循商業道德及制裁管理，維護公平競爭的市場環境。

七、構建可持續供應鏈

審核維度	審查內容
數據安全審核	對於涉及數據交互的潛在供應商，嚴格審查供應商的網絡安全等級保護備案證明及報告，比如ISO 27001信息安全管理體系認證、ISO 27701隱私信息管理體系認證等安全資質證書，確保所選供應商均具備相應的信息和數據安全保障能力。
環境保護審核	優先考量潛在供應商的環保資質，如ISO 14001環境管理體系認證、CQC中國環保產品認證、IECQ-QC08000有害物質過程管理體系認證等，致力於採購環保產品及服務，推動供應鏈的綠色化轉型。對於環保品類供應商，我們確保其環保資質達標率接近100%，為客戶奉獻更加環保、可持續的產品和服務。
其他資質審核	全面審核潛在供應商的質量許可證明、勞工權益維護情況、商業道德遵守情況等，確保供應商資質完全符合公司要求。

僅當供應商提交的材料真實、有效，且順利通過準入評審後，我們方會將其納入供應商數據庫。對於未通過審核的供應商，我們將取消其後續評選資格，並尋找其他符合條件的供應商進行合作。

在供應商聘用階段，我們要求供應商嚴格遵守反商業賄賂相關法律法規，完成實名認證，並在合同簽訂環節同步簽署《廉潔協議》，明確其廉潔責任、誠信及保密義務、不廉潔行為舉報等條款。公司加強對採購及合同簽署流程的管控，有效防範採購舞弊等風險。為進一步提升供應商廉潔合作意識，我們不定期向供應商發送廉潔提示信息。本年度，公司合作的供應商近100%完成了《廉潔協議》的簽署，共同營造了風清氣正的商業環境。

此外，針對重要供應商及特定品類供應商，我們還實施了更為嚴格的現場審核及信息核查程序，以識別其ESG風險，並評估其風險管理能力，以更準確地把握供應商在ESG方面的實際表現，從而確保我們的供應鏈在ESG方面達到更高標準。

七、構建可持續供應鏈

截至2024年末，與公司合作的供應商數量如下。

供應商指標		單位	2024年
供應商總數		個	218
按地區劃分的供應商數目	中國大陸地區	個	208
	港澳台及其他國家和地區	個	10

(二) 供應商評估與退出

公司每年均會對所有合作中的供應商開展評估與審核工作，我們已設立由採購部、行政部、法務部等與採購業務相關的部門組成的跨部門工作小組，共同負責相關工作。本年度，我們依托供應商管理系統，實現了差異化、精細化的供應商分級管理。

我們每年依據供應商在價格、賬期、交付周期、交付質量、專業素質、售後能力等多個維度上的表現，對其進行綜合評分，並將評分結果作為下一年度合作策略制定和供應商資源調整的重要依據。對於評分較低的供應商，我們不僅會減少對其產品與服務的採購數量，還會要求其立即進行整改，並持續跟蹤其整改情況。同時，我們堅決維護供應鏈的廉潔性和公正性，對於在合作過程中違反《廉潔協議》規定，或年度評價為不合格且無整改能力的供應商，我們會將其列入「黑名單」，並確保此類供應商不得參與公司任何項目。為確保供應商信息的真實性與準確性，我們還對核心供應商³⁸進行實地調研，並開展現場評估工作，以確保合作供應商的綜合能力表現得到客觀、真實的反映。

為構建綠色、可持續的價值鏈，我們將環境保護納入供應商評分的關鍵維度中，持續加大具有綠色標識的供應商採購佔比。對於積極秉持綠色環保理念的供應商，我們將予以重點標識，並向尚無綠色標識的供應商宣貫綠色環保的經營理念。截至2024年末，公司北京辦公室具有綠色標識的供應商佔全部供應商的70%以上。

七、構建可持續供應鏈

(三) 租賃綠色數據中心

公司秉承節能環保的綠色可持續發展理念，優先租賃具有綠色建築設計理念且電源使用效率(PUE)較低的數據中心。在招標過程中，綠色數據中心認證已成為評估供應商的必要考量因素，進一步打造綠色供應鏈。自2017年以來，我們租賃的數據中心年均PUE呈穩定下降趨勢。2024年，公司租賃的已投入運營的數據中心年均PUE均在1.27以下。

在廢棄物管理方面，公司租賃的數據中心嚴格遵循國家法律法規，對數據中心產生的廢棄物進行全鏈條的分級、規範管理。與無害廢棄物專業回收企業簽訂長期合作協議，確保可循環利用的電子廢棄物得到規範處置，有效提升了資源使用效率。此外，數據中心在日常運營管理中積極推廣垃圾分類，踐行資源循環利用理念，嚴格防控環境污染，為實現綠色運營奠定了堅實基礎。

在水資源管理方面，我們租賃的數據中心安裝智能水表對用水量進行精細化監測，嚴格控制用水量。通過使用RO³⁹水裝置對冷卻水進行回收處理，降低冷卻水系統排污量。此外，數據中心還採用了節水型設備和技術，如高效冷卻系統、循環水利用等，進一步提高了水資源的利用效率。

在能源管理方面，我們租賃的數據中心均配備了專門的能源管理小組，定期評估並分析設備運行情況，積極落實節能措施。在節能設備使用方面，數據中心均裝配了最新型節能幹式變壓器、精密空調(EC風機)、變頻水泵、高效UPS等高效節能設備。在節能技術應用方面，數據中心採用液冷、冷熱電三聯供、餘熱回收等多種技術，綜合提升製冷和能源傳輸效率，並盡可能減少因傳統化石能源消耗而導致的溫室氣體排放。此外，我們搭建智能數字化管理平台，並結合AI技術設計智能化運營解決方案，實現對用能設備的實時、精準、系統化管控。這一平台不僅提高了能源和設備的管理效率，還實現了預測性維護，最大限度地避免非必要能源消耗。

39

RO水處理器又叫反滲透水處理器，可利用滲透作用去除水中離子級雜質，防止數據中心水路系統腐蝕、結垢

七、構建可持續供應鏈

我們還密切關注數據中心的清潔能源使用情況，積極與清潔能源使用佔比高的數據中心夥伴開展合作。通過倡導合作夥伴投身於分佈式發電等項目，我們進一步減少了價值鏈上的溫室氣體排放，實現更高的環境效益和社會效益。截至2024年末，我們租賃的數據中心均通過了ISO 50001能源管理體系認證。



租賃數據中心ISO 50001能源管理體系認證證書

(四) 採購綠色電子設備

我們以實際行動踐行綠色發展理念，提倡採購獲得節能環保資質認證的服務器和網絡設備等電子設備。我們將電子設備的能耗水平納入採購評估考量維度之中，持續關注電子設備供應商的環保表現，盡可能採購低能耗、高能效的電子設備，以減少對環境的負面影響。2024年，我們採購的網絡設備和服務器均具有節能環保資質認證。

傳遞社區關懷



八、傳遞社區關懷

我們深知企業社會責任的重要性，將「以科技和公益的力量，服務於人的發展」的社會責任理念融入公司發展戰略，促進產業優勢與社區公益相融合。根據社區投資相關法律法規，公司制定並實施《上海直品公益基金會章程》等規範，已建立覆蓋管理架構、項目開發和策略設計、目標和過程管理、新聞發佈、項目結果評估在內的全流程工作體系。同時，我們與社區建立緊密的溝通與服務機制，基金會每年發佈年度工作報告，並聘請第三方專業機構進行審核，以確保基金會運作的規範性、科學性。

本年度，我們主要在生態保護、成長守護、社區服務、救災行動、人文傳播、人才扶持六方面開展公益活動，公益捐贈總額達2.5百萬元人民幣。

（一）生態保護

公司成立公益組織「直直公益」，專注於開展生態環保領域公益項目，守護人與自然的和諧發展。本年度，公司全年生態保護公益活動累計獲得2.6億次話題閱讀量，互動量超570萬次，公益主題短片線上播放量突破530萬次。

2024年3月，公司聯合中國野生動物保護協會，發起「麋鹿不迷路——大青山遷地麋鹿保護計劃」公益活動，向內蒙古大青山國家級自然保護區捐贈北斗衛星定位項圈，用於麋鹿種群實時監測，並為一線巡護人員提供防風衝鋒衣、防曬服等專業裝備。活動線上話題閱讀量超5,600萬，麋鹿遷地保護主題宣傳片播放量達117萬。



「麋鹿不迷路——大青山遷地麋鹿保護計劃」活動海報

八、傳遞社區關懷

2024年3月，我們向「守護大自然的小美好」公益徵集優勝項目——「守護鄉村環保妙妙角」公益項目提供資金支持，助力環保專家與中國人民大學志願者團隊在雄安新區胡各莊村開發10項鄉村環保主題課程。目前，項目已順利完成2期線下教學，通過場景化教學方式，將環保理念深入融入村民日常生活，積極助力「無廢鄉村」的建設。

2024年5月，公司聯合紅樹林基金會發起「濕地及候鳥保護專項行動」，捐贈10萬元在江蘇鹽城四地保護區開展6期保護行動，包括濕地巡護與入侵物種清理、公眾鳥類科學監測、鳥類保護科普宣講等多個方面。我們同步發起線上候鳥保護主題科普傳播活動，通過講述生態故事，提升公眾的環保認知。

2024年，公司與三江源生態保護基金會、三江源國家公園可可西里管理處合作，持續推進「巡護員守護計劃」公益項目。8月，我們發起「大自然的孩子有飯吃」公益倡導及科學救助行動，向可可西里救助站定向捐贈物資，用於圍欄修繕和羚羊飼養，並投放「不要投喂野生動物」的科普海報，引導公眾關注野生動物保護。11月，我們開展「無人區的人·巡護員守護計劃暖冬季」活動，為巡護員們捐贈了冬裝、巡護車等物資。同時，我們在北京舉辦《無人區的人》公益展，線上線下同步宣傳，相關話題線上閱讀量超5,000萬，主題視頻播放量達160萬。



「不要投喂野生動物」科普海報

八、傳遞社區關懷

2024年12月，公司發起「守護濕地客棧」公益活動，拍攝併發佈創意短片《濕地客棧，營業中》，以「遷徙驛站」為概念，生動展現濕地作為鳥類重要棲息地的生態價值，倡導公眾共同守護濕地生態。視頻線上播放量達58萬，線下宣發觸達800萬人次。此外，我們聯動知名藝人及網絡名人開展科普倡導，圍繞濕地生態價值、候鳥遷徙等主題展開科普倡導，相關話題閱讀量突破7,000萬，進一步提升公眾的濕地保護意識。



「守護濕地客棧」公益活動海報

(二) 成長守護

我們聚焦青少年職業啟蒙需求與成長發展，匯聚社會優質資源，為青少年提供多元學習與探索機會。

2024年7月，公司開展「志在萬里——青少年公益職業體驗營」活動，投入153萬元資助來自山西、寧夏4縣7所鄉鎮或縣城中學的180名師生，前往上海開展為期10天的職業體驗之旅。體驗營圍繞「職業啟蒙」「科技燃夢」「創新體驗」等主題，帶領學生們走進江南造船廠、蔚來汽車等10餘家企業，近距離探訪大型高端裝備的製造過程，感受科技創新的魅力。同時，我們還組織參訪復旦大學、同濟大學等6所著名學府及17個重點實驗室，拓展學生們的學術視野。此外，我們還精心安排當地校園文化體驗和城市亮點風景參觀活動，進一步豐富了學生們的人文體驗。



「志在萬里——青少年公益職業體驗營」活動

八、傳遞社區關懷

(三) 社區服務

我們聯動社區基金會、專業服務機構等社會力量，開展節日送暖、消費幫扶、社區助老等行動，有效助力政府助老事業與鄉村振興戰略。

2024年，我們借傳統佳節之際，開展幫扶送暖活動，為2,000戶困難家庭送去優質農副產品「公益禮包」。同時，我們特別走訪百歲老人及高齡家庭，為他們送去節日慰問與關懷物資。活動中的所有慰問物資均定向採購自陝西柞水、雲南瀾滄等國家鄉村振興重點幫扶縣，旨在通過消費幫扶的方式，助力鄉村產業發展，促進農戶增收，實現社區與鄉村的緊密聯動和共同發展。

2024年10月，我們聯合發起「關愛長者——『如意里』家門口的服務站」公益項目，為高齡、獨居、失能等特殊困難老人提供健康監測、生活照護、科普宣講等基礎保障服務。項目設立生活照料中心，為行動不便老人提供長期支持，並聯合專業機構開展康復、定期義診等服務。我們亦組織志願者開展心理疏導、個案陪伴等活動，切實提升老人們的情感歸屬感。該項目累計惠及公司運營地周邊3個社區，覆蓋超1,000人。

(四) 救災行動

我們積極承擔社會責任，及時響應災害救援需求，聯合社會力量助力災後重建。

2024年9月，我們受邀參加「中華慈善日—上海慈善周」專題論壇，與中國紅十字會、上海市慈善基金會等13家公益機構共同簽署《上海市社會力量參與應急慈善合作備忘錄》，建立信息共享、資源統籌、聯合行動機制，共同為災害救助打造「黃金24小時」響應通道，提升災害應急救助效率。

2025年1月，西藏日喀則市定日縣發生6.8級地震後，我們迅速啟動救援響應機制，在災情發生8小時內落實50萬元善款用於災區緊急救援、臨時安置及基礎設施修復工作，助力災區恢復「造血功能」。

八、傳遞社區關懷

(五) 人文傳播

我們積極踐行文化使命，深切回應公眾的精神需求，通過多元人文實踐構築心靈棲居空間，在文明對話中傳遞思想力量，為時代精神家園建設注入源頭活水。

公司致力於打造集閱讀、人文交流與思想共享於一體的文化空間。2024年3月，公司主辦的「風入松書店」在北京大學開業，書店定期舉辦人文講座、典籍閱讀、知識共享等活動，吸引了眾多學者、作家、讀者齊聚一堂，共同探討文化議題。

2024年4月，書店策劃「世界讀書日」特別活動，邀請知名文化人士圍繞閱讀價值、文學創作展開對談，並參展高校舊書市集，精選各類經典書籍進行展示，吸引1,000餘名師生參與。此外，書店向相關機構進行捐贈，以支持校園文化建設。



「世界讀書日」特別活動

2024年9月至12月，書店聯合舉辦、參加「我與地壇」北京書市、「重新閱讀生活」以及「豆瓣高分好書全國書店聯展」主題書展活動，精選文學、社科、歷史類優質書籍，設置主題閱讀區，並提供選書諮詢、閱讀指導等服務。這些活動吸引逾1.2萬人次參與，有效推動優質閱讀內容觸達更廣泛人群。

八、傳遞社區關懷

2024年10月，公司策劃的職場觀察紀實節目《老闆不知道的我•求賢季》在江蘇衛視、騰訊視頻上線，節目聚焦企業人才需求，揭示職場關係與成長故事，引發廣泛關注。節目榮獲2024微博綜藝大賞「年度人氣紀錄片」，社交媒體話題閱讀量11億次，短視頻播放量破億，獲30餘家主流媒體專題報道。



《老闆不知道的我•求賢季》職場觀察紀實節目

(六) 人才扶持

2024年，我們將發起和運營多年的影視行業人才發展品牌「ReelFocus新血影像計劃」升級為公益性青年影人扶持項目，聚焦學生導演向職業影人轉型難題。通過設立徵片、創投、競賽等環節，構建資金、資源、展示三位一體的扶持體系，降低入行門檻，緩解人才斷檔。本年度，項目吸引全球近100個國家和地區2,764部投稿作品，914家行業支柱公司提供800餘個崗位，助力青年影人與頭部企業、資深從業者對接。

規範公司治理



九、規範公司治理

公司嚴格遵守運營所在地的法律法規及上市規則，持續優化治理體系，形成權責分明、組織嚴謹的公司治理機制，致力於以高標準的公司治理引領企業誠信守法、合規經營，有效管理風險，推動公司實現高質量、可持續發展目標，以優異的業績回報社會和廣大股東。

（一）董事會組成

董事會是公司的最高決策機構，下設審計委員會、薪酬委員會、提名委員會與企業管治委員會。董事會及各專業委員會主要負責確定公司戰略方向及整體策略，監督管理層的工作和業務表現、公司的運營及財務表現，並確保有效的風險管理和內部監控得以長期穩定運行。公司現任董事共9位，其中包含3位獨立董事，佔董事會人數的三分之一。董事會審計委員會和企業管治委員會的主席及全體委員均由獨立非執行董事擔任。董事會薪酬委員會和提名委員會主席及其三分之二的委員均為獨立非執行董事。我們的治理架構充分發揮專業委員會的作用，以保障重大決策的獨立性，進而維護股東及公司的長遠利益。

公司重視董事會成員的多元化經驗，制定董事會多元化政策，將董事會多元化（包括性別多元化）作為維持公司競爭優勢、吸納各類不同人才、留用與激勵員工的關鍵因素。我們在甄選董事的過程中關注各項多元化因素，包括但不限於性別、經驗、技能、專業知識、多元化、個人誠信及職業操守、品格、業務判斷力、因其他承諾的時間安排、貢獻、利益衝突等，從而以更加全面、綜合的視角和觀念在業務戰略、風險防控等事宜上提高企業決策水平，提升董事會履職效力。公司現任董事中包含2位女性董事，女性董事佔比達22.2%。

公司提名委員會每年審查董事會結構、人員規模及組成，並在必要時提供相關建議，使董事會整體在獨立性、知識、經驗、技能、專長、多樣性和性別方面達到適當的平衡。我們的董事會成員擁有計算機、法律、電子工程、經濟等不同的教育背景，具備互聯網、人力資源服務、資本市場等豐富的行業經驗。

董事會授權審計委員會監督公司ESG事宜。有關董事會下屬委員會成員及其活動，以及董事和高級管理者薪酬的信息，請參閱我們2024財年年度報告。公司治理結構、董事會章程及更多有關企業管治的詳細內容已於公司網站刊登⁴⁰。

（二）踐行商業道德

我們深知誠信與負責任經營的重要性，始終恪守商業道德，為企業長久發展奠定堅實基礎。我們嚴格遵守業務所在地的反不正當競爭、反賄賂和反腐敗法律法規，不斷完善商業道德管理體系，努力營造良好的商業環境。

⁴⁰ 企業管治相關內容詳見公司網站及2024年年報中企業管治部分 (<https://ir.zhipin.com/>)

九、規範公司治理

1. 商業道德制度建設

公司踐行《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》，制定了《商業行為和道德準則》《反腐敗政策》《獎懲和勞動紀律規定》《反壟斷合規指引》等內部政策，並根據法律法規要求及公司業務發展狀況對制度進行審閱和更新。

《商業行為和道德準則》包括利益衝突、禮品和娛樂、反賄賂和FCPA(The U.S. Foreign Corrupt Practices Act)合規、遵守法律法規、歧視和騷擾、公平交易等多個方面的內容，該準則和《反腐敗政策》適用於公司所有實體及合資企業，覆蓋公司所有董事、高管、員工和顧問。公司對任何形式的賄賂和腐敗採取「零容忍」的態度，禁止任何形式的貪腐、舞弊、賄賂、抵扣、禮品附贈、違規優惠等違紀行為。

公司《反腐敗政策》對捐贈行為作出明確規定，對政黨或慈善組織的捐贈需先內部申報，未經書面審批不得進行。此外，嚴禁公司代理人要求客戶或相關方進行可能影響公司商業優勢的捐贈，此行為被視為「危險信號」；涉及代理賬單審核或批准的員工，必須確保所有費用合法，且記錄詳盡；員工還需留意潛在「危險信號」，一旦發現，需立即申報。

2. 商業道德管理體系

公司高度重視商業道德管理，董事會審計委員會負責監督公司遵守商業行為與道德規範的計劃，並定期與管理層會面，討論公司遵守商業行為與道德規範的情況。此外，公司適時與外部法律顧問會面，為公司的法律及商業道德事項尋求參考意見。

反貪污方面，公司設立風紀督查組，負責日常督查、接收舉報或投訴，並核查員工是否存在貪污、舞弊等違反商業道德的行為。反壟斷方面，公司任命政府事務委員會領導反壟斷合規管理工作，該委員會與相關業務部門共同推動反壟斷工作的深入開展。由政府事務委員會、法律事務中心、商業產品組和運營審核中心組成的反壟斷合規工作小組負責定期組織會議，討論反壟斷合規管理的績效和工作進展。商業道德審計方面，公司制定計劃，對商業道德和反腐敗相關制度的執行過程進行審查與不定時抽查，以確保在三年內對公司全部運營範圍開展商業道德相關審計。

我們將公司行為準則的遵守情況納入員工績效評估系統中，並與員工薪酬相掛鉤。對公司銷售體系員工，我們嚴格執行《BOSS直聘商業體系員工行為管理制度》，考察、監督員工行為，並將「誠信分數」納入銷售體系全體員工的績效考核中。此外，如管理者未能有效履行其管理職責，將會被追究相應責任，直接影響其績效考核結果，包括獎金的發放和晉升機會等。

九、規範公司治理

本年度，公司未接獲對公司或員工提出並已審結的貪污訴訟案件，沒有收到任何與洗錢或欺詐相關的訴訟案件。公司經營秉持公平競爭原則，未收到任何因反壟斷、反不正當競爭行為而發生的罰款及產生的和解金。

類別	2024財年事件發生數量
貪污或賄賂	0
歧視或騷擾	0
客戶隱私數據	0
利益衝突	0
洗錢或內幕交易	0

3. 舉報渠道及舉報人保護

公司設立了專門的舉報郵箱，用於接收對潛在貪污、舞弊、壟斷等違反商業道德行為的舉報，並提供了實名舉報和匿名舉報兩種形式。公司高度重視舉報信息的處理，成立商業道德事件舉報處理工作組，專門負責處理來自內外部的舉報事宜。工作組嚴格按照公司制度，第一時間核查違規線索，確保每一件舉報都得到及時、公正、有效的處理。在處理過程中，公司對舉報人的信息和舉報內容實行嚴格保密，嚴厲禁止任何人以任何形式報復或陷害舉報人、證人及調查人員。對於行為構成違法犯罪的舉報，公司將移交相關司法機構依法處理。

我們堅決維護與供應商合作過程中的廉潔與公平，對採購貪腐等違背商業道德的不當行為持零容忍態度。我們鼓勵供應商對公司開展積極監督，一旦發現公司相關人員違反《廉潔協議》的規定，供應商可以通過採購組公關郵箱向我們舉報。

違反商業道德行為的舉報渠道

違反商業道德準則的舉報郵箱：compliance@kanzhun.com

反壟斷合規郵箱：fldjb@kanzhun.com

供應商舉報渠道

發送郵件：採購組公關郵箱caigouzu@kanzhun.com

郵寄信函：北京市朝陽區太陽宮中路16號院1號樓5層，100028

九、規範公司治理

4. 商業道德意識提升

公司每年均面向全體員工（包含正式員工、兼職員工）開展反賄賂和反腐敗培訓，旨在幫助員工充分了解公司商業道德政策，提升員工的商業道德意識。同時，我們積極收集業務部門針對商業道德議題的培訓需求及員工對於培訓課程的反饋意見，不斷完善和優化培訓內容，確保培訓更具針對性和實效性。

本年度，公司組織開展兩場商業道德專題培訓。其中一場聚焦於採購類合同審核的關鍵注意事項，提升法務人員對採購合同中潛在商業道德風險的把控能力。另一場培訓重點介紹了常見的銷售違規行為，增強法務人員對銷售員工違反《BOSS直聘商業體系員工行為管理制度》的行為以及其他商業道德違法行為的敏感性和識別能力。2024年，公司面向全體董事開展了商業道德培訓。

十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 披露位置或備註

強制披露規定

管治架構	<p>由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管； (ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及 (iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度、並解釋它們如何與發行人業務有關連。 	董事會聲明
匯報原則	<p>描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：</p> <p>重要性：環境、社會及管治報告應披露：(i)識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。</p> <p>量化：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。</p> <p>一致性：發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	匯報原則
匯報範圍	<p>解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。</p>	報告範圍

十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 披露位置或備註

「不遵守就解釋」條文

A. 環境

層面A1：排放物

一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	踐行綠色發展
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	踐行綠色發展
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	踐行綠色發展 加強環境管理

層面A2：資源使用

一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	踐行綠色發展
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	踐行綠色發展 加強環境管理
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	踐行綠色發展 加強環境管理

十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	本公司業務不涉及包裝材料使用
層面A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	本公司業務活動不對環境及天然資源造成重大影響
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	踐行綠色發展 加強環境管理
層面A4：氣候變化		
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	踐行綠色發展 應對氣候變化
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	踐行綠色發展 應對氣候變化
B. 社會		
僱傭及勞動常規		
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	攜手員工成長
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	人才發展戰略
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	人才發展戰略
層面B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	人才發展戰略
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	人才發展戰略
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	人才發展戰略
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法。	人才發展戰略

十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
層面B3：發展及培訓	
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。
層面B4：勞工準則	
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。
營運慣例	
層面B5：供應鏈管理	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。

十、附錄：聯交所《ESG報告守則》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註	
層面B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	優化產品與服務
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	與本公司業務未有重大相關性
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	完善用戶服務
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權管理
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	嚴守產品質量
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	網絡安全與隱私保護
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	踐行商業道德
關鍵績效指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	踐行商業道德
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	踐行商業道德
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	踐行商業道德
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	傳遞社區關懷
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	傳遞社區關懷
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	傳遞社區關懷

BOSS
直聘

